

INFORME DE GESTIÓN

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2022

Bogotá, febrero de 2023

 **Cámara de Comercio
de Bogotá**



TABLA DE CONTENIDO

REACTIVACIÓN ECONÓMICA	3
1. Fortalecimiento, formalización y DCTIB	3
2. Facilitación de trámites y requisitos	16
FUTURO DE LA CAMARA	21
1. Transformación tecnológica	21
2. Ciberseguridad	22
3. Mejorar la experiencia de los servicios registrales	22
4. Evolución del servicio al cliente	25
ARTICULACIÓN CON FILIALES	28
SERVICIOS PRIVADOS Y NUEVOS NEGOCIOS	30
1. Servicios privados	30
2. Nuevos negocios	33
ACTIVIDADES TRANSVERSALES	35
FORTALECIMIENTO PATRIMONIAL 2022	40

La Cámara de Comercio de Bogotá realizó la planeación estratégica 2015 - 2025 la cual se ha estado revisando a través de los años de la mano de la Junta Directiva. Se definieron cinco (5) MEGAS que tienen tres (3) Frentes: el **fortalecimiento empresarial**, el **entorno de los negocios** y la **cultura productiva**:

- **MEGA 1.** Las empresas apoyadas por la CCB incrementarán significativamente su generación de valor.
- **MEGA 2.** Ofreceremos un portafolio de servicios pertinentes que los empresarios conozcan y que genere valor para su organización y el entorno.
- **MEGA 3.** El empresario podrá acceder a todos los servicios de la CCB y sus filiales de manera fácil y desde cualquier lugar.
- **MEGA 4.** Seremos líderes del diálogo cívico y gestionaremos medidas para facilitar el entorno de los negocios en Bogotá y la Región.
- **MEGA 5.** Seremos una entidad de alto desempeño con resultados extraordinarios y colaboradores motivados, felices y productivos.

Resultado de la revisión de la estrategia y pensando en fortalecer y lograr la sostenibilidad de las empresas y empresarios con un portafolio de servicios pertinentes y de fácil acceso que incluya asesoría, acompañamiento, desarrollo de habilidades y competencias empresariales, facilitando el ambiente de negocios para que los empresarios generen valor a sus empresas y al entorno, se formularon cuatro (4) Focos Estratégicos:

- **Reactivación Económica:** Apoyar a las personas naturales que quieren crear su empresa y a las empresas que necesitan resolver sus dificultades empresariales y evolucionar en la ruta de crecimiento y mejoramiento de su productividad.
- **Futuro de la Cámara:** Desarrollar actividades que contribuyan a la creación de una nueva realidad para la CCB, más empática con los empresarios, ajustada a las necesidades, acorde con los desarrollos tecnológicos.
- **Articulación con Filiales:** Articular los esfuerzos entre la Cámara y sus Filiales, aprovechando todo su potencial y esfuerzo garantizando la prestación de los servicios y beneficios a los empresarios de Bogotá - Región.
- **Servicios privados y nuevos negocios:** Aumentar la capacidad de generar ingresos / negocios privados que garanticen la supervivencia de la CCB.

A continuación, se presentan los principales resultados obtenidos en el 2022 por cada foco para alcanzar el plan de acción.

REACTIVACIÓN ECONÓMICA

En las actividades de apoyar a las personas naturales que quieren crear su empresa y a las empresas que necesitan resolver problemas y evolucionar en la ruta de crecimiento y mejoramiento de su productividad, se definieron indicadores para medir el logro del objetivo trazado por la Entidad. El comportamiento fue positivo cumpliendo en su mayoría con las metas establecidas debido a que los programas y servicios han tenido una gran acogida de los comerciantes, emprendedores y empresarios de la región:

INDICADOR	META 2022	RESULTADO 2022	% CUMPLIMIENTO
Empresas formalizadas	28.676	29.223	102%
Empresas beneficiadas¹	140.721	167.206	119%
Efectividad en la implementación de planes de trabajo para la simplificación de trámites y obstáculos	100%	100%	100%
Oportunidades de negocio en plataformas comerciales	103.000	79.850	78%
Conocimiento para el entorno de los negocios	114	146	128%
Espacios de articulación - PIC	59	67	114%
Cumplimiento de los indicadores establecidos por las líneas de trabajo en el Tablero ESG+T ²	100%	94%	94%
Ventanilla Única Empresarial	6	7	117%
Empresarios formados en valor compartido	50	50	100%
Informe de consultoría Primera Línea del Metro de Bogotá ³	1	1	100%
Avance en el desarrollo de estudio de factibilidad DCTIB	60%	36%	60%
Proyectos apoyados Fondo Emprender ⁴	126	0	0%
Red de mentores	1.000	950	95%
Incrementos de índices de productividad	450	570	127%
Consecución de recursos de cooperación	\$1.300	\$1312	101%
Recursos obtenidos por los emprendedores y empresas	\$850	\$717	84%

1. La meta inicial estaba proyectada en 123.000 pero debido a la aceptación de los programas bandera y Plataformas por parte de los empresarios aumentó a 140.721.

2. Se cambia nombre del indicador, *Cumplimiento de las iniciativas establecidas en el tablero ESG+T* por *Cumplimiento de los indicadores establecidos por las líneas de trabajo en el Tablero ESG+T* para que este alineado con su medición.

3. Se ajusta el indicador debido a que se transformó en una consultoría que tiene por objeto "realizar la consultoría para el seguimiento a la fase preconstructiva y de inicio de la primera línea del metro de Bogotá".

4. El Fondo Emprender se firmó en la última semana de diciembre y se empiezan a ejecutar en el 2023.

1. FORTALECIMIENTO, FORMALIZACIÓN Y DCTIB

En este frente se desarrollaron competencias y habilidades empresariales para la creación de empresas, su crecimiento y la generación de nuevos negocios, compartiendo conocimiento, herramientas y plataformas de conexión.

1.1 Distrito de ciencia, tecnología e innovación de Bogotá - DCTIB

En el marco del convenio 615-2021, firmado entre la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, Corferias y la CCB, durante la vigencia 2022, se avanzó en la elaboración de los estudios de factibilidad del DCTIB y en la estructuración de una agenda institucional, que permitirá posicionar el proyecto a través de aliados público – privados como un elemento clave para aumentar la competitividad de la Ciudad y la Región. A continuación, se presentan los resultados por cada aspecto: Respecto a los estudios de factibilidad, se conformó el equipo de expertos que orientará el desarrollo del proyecto desde los ejes: estratégico, técnico y legal. Para esto se realizó la contratación de firmas consultoras especializadas como IDOM Consulting Colombia, Garrigues Colombia y el Consorcio Mazzanti-Gensler.

Con ellos se avanza en la elaboración de los estudios de factibilidad en los frentes: Componente de estudio de mercado, modelo de negocio y estructuración financiera, componente legal y componente técnico.

Con el propósito de definir los contenidos y servicios que prestará el DCTIB potenciar sinergias entre los actores del ecosistema de emprendimiento e innovación y darle visibilidad al proyecto entre los emprendedores, empresarios y comunidad en general, para generar el momentum necesario para que el proyecto sea una realidad en un futuro cercano, se trabaja en la implementación de una agenda de corto plazo, de la mano de los socios y eventuales aliados del proyecto, con avances en la socialización y posicionamiento del DCTIB, la preparación para la puesta en marcha de un laboratorio de tecnologías 4.0, empleando conectividad 5G y la identificación y atracción de empresas líderes en gestión de la innovación y desarrollo tecnológico, para que se instalen en el DCTIB, sean “halonadoras” del mismo, demanden servicios y ayuden a definir una propuesta comercial anticipada.

1.2 Programa de Crecimiento para la Formalización

El objetivo es crear condiciones para que la formalización sea sinónimo de mejora de oportunidades en el mercado, estando dirigido al segmento tradicional que, son aquellos empresarios que se definen como comerciantes o independientes y están en el límite de la informalidad. Este segmento es atendido bajo las acciones que convergen en la política de formalización establecidas en el Conpes 3956. Como resultado de la ejecución de este Programa se acompañaron a 126.013 emprendedores y empresarios, con más de 263.937 asistencias, a través de 3.778 sesiones entre talleres, cápsulas, webinars y eventos masivos con 117.591 participantes; 388 eventos de contacto comercial y financiero con 2.745 asistencias y 124.334 servicios de asesorías con 137.252 participantes, que incluyen 15.602 citas y visitas del equipo de consultores especializados que acompañan de forma personalizada los procesos de fortalecimiento empresarial. Es importante señalar que, para atender este segmento se contó con un modelo de intervención que combina diferentes momentos con equipo especializados, tales como:

a. Asesorías de formalización empresarial

Se realizaron 60.196 visitas a 58.841 unidades productivas y 20.222 asesorías personalizadas. Adicionalmente, se realizó el registro de 15.908 empresas como persona natural, 13.257 establecimientos de comercio y 58 personas jurídicas. De estas visitas, 3.983 fueron en los municipios de Soacha, Chía, Cajicá, Tenjo, Sibaté, Cáqueza, Cota y Ubaté, logrando el registro de 70 empresas como persona natural y 47 establecimientos de comercio.

b. Ferias para tu negocio

Se realizaron 6 versiones presenciales en las localidades de Engativá, Suba, Kennedy/Bosa y San Cristóbal, reuniendo 5.644 asistentes, quienes participaron en muestras comerciales, agendas académicas, jornadas de asesoría en procesos de formalización y crecimiento, trámites del registro mercantil con la Cámara Móvil y una jornada de conciliación en equidad. Igualmente, se realizaron 87 charlas y 2.713 asesorías facilitadas por más de 182 aliados tanto públicos como privados.

c. Iniciativa de crecimiento empresarial para la formalización

En el 2022, 1.971 iniciativas empresariales recibieron el acompañamiento de un consultor empresarial; además se prestaron 277 talleres con 3.124 asistentes en temas de mercadeo y ventas, aspectos tributarios, cómo llevar las cuentas del negocio y pasos para crear y registrar la empresa; 801 asesorías grupales con 7.433 asistentes en temas como marketing digital, redes sociales, entre otras; y se

realizaron 10.135 asesorías individuales. Como resultado de esta gestión, se alcanzó el cumplimiento de 7.162 objetivos empresariales. Para vincular un mayor número de empresas se trabajó con diferentes entidades con acciones específicas, así:

- *Convenio 097 de 2021 – Minicadenas locales INNpalsa*, 63 unidades productivas vinculadas
- Convenio 098 de 2021 – CREEce, 600 empresas vinculadas, las cuales pertenecen a los sectores gastronomía, agroindustria, moda y HORECA
- *Coca Cola*, se vincularon 1.012 tenderos al modelo, durante la clausura del programa 343 empresarios fueron reconocidos por sus logros durante la intervención.

d. Aceleración de mentalidad de crecimiento

Fueron convocadas 577 empresas de las cuales se diagnosticaron 196 para identificar su nivel de madurez en el negocio. 98 empresas finalizaron el proceso de las cuales se prospectaron 80 que, por su compromiso y mentalidad de crecimiento, podrán continuar su proceso acompañadas por consultores.

1.3 Programa de Escalonamiento y Consolidación

Bajo esta línea se atienden las empresas del segmento de excelencia que son aquellas que quieren expandir su negocio, piensan en su estabilidad financiera y en la mejora continua de su productividad, y buscan destacarse en el mercado con sus productos y una experiencia única para sus clientes. Conocen y apropian herramientas y estrategias para reactivarse, adelantan acciones para llegar a exportar y adoptan el uso de tecnologías y la transformación digital para mejorar sus procesos.

A través de este, se acompañaron 2.214 empresarios, de los cuales el 72,8% tomó servicios por primera vez en la Entidad. 6.957 lograron sus objetivos empresariales, con 1.727 resultados de impacto en sus organizaciones al lograr 632 aumentos de ventas, 566 incrementaron la productividad, 27 la rentabilidad y 27 mejoramientos de liquidez, entre otros. Para continuar fortaleciendo a las empresas se ha mantenido un enfoque de atención sectorial con los siguientes resultados:

Macrosectores

<p>*Agrícola y Agroindustrial 35,12% *Químico y salud 24,24% *Construcción Energía 40,64%</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 483 empresas se vincularon al Macrosector • 926 objetivos empresariales alcanzados • 64 incrementos en ventas, 77 en productividad, 9 exportaciones • 854 citas/visitas y 435 asesorías personalizadas
<p>*Industrias Creativas 19,91% *Moda 69,39% *Gastronomía 10,7%</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 514 empresas se vincularon a los Macrosectores • 624 objetivos empresariales alcanzados • 46 incrementos en ventas, 47 en productividad, 4 exportaciones • 852 citas/visitas y 447 asesorías personalizadas
<p>*Turismo 11,16% *Servicios Empresariales 55,02% *TIC 33,81%</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 464 empresas se vincularon al Programa de Reinversión • 875 objetivos empresariales alcanzados • 61 incrementos en ventas, 60 en productividad, 3 exportaciones • 569 citas/visitas y 346 asesorías personalizadas

Comités Consultivos

La CCB creó espacios similares a una reunión de “junta directiva” para ofrecer acceso a la orientación de expertos para la gestión de las empresas, en donde los empresarios participantes pueden revisar todo tipo proyectos, iniciativas o dificultades en los que requieren contar con la opinión de terceros ajenos a sus compañías. Se inscribieron al servicio 380 empresas, con lo cual estuvieron activos 37

comités consultivos con la participación de 139 expertos, desarrollando sesiones virtuales como presenciales.

Programa de Gobierno Corporativo

Para sensibilizar en temas de gobernanza empresarial y buscando formar el mayor número de empresarios en la importancia y relevancia del Gobierno Corporativo, se realizaron 5 Diálogos de Gobierno Corporativo y 2 encuentros empresariales, en temas relacionados con empresas de familia, el rol de la asamblea de accionistas y la revisoría fiscal, la nueva Ley de Transparencia, y el Programa de Ética y Transparencia Empresarial. También se llevó a cabo el XXI Foro Internacional de Gobierno Corporativo: “El Gobierno Corporativo y la Gestión de ESG, perspectivas y oportunidades”, con la asistencia de 234 empresarios y una importante agenda académica con la participación de la Superintendencia de Sociedades que presentó el informe de buenas prácticas empresariales, IFC y PwC que abordaron los temas de gobierno corporativo.

Productividad Empresarial

Este plan se consolida como el nodo más importante a nivel nacional para acompañar a las empresas en sus procesos de reactivación económica; en el que la CCB a través de los convenios suscritos con Colombia Productiva finalizó el ciclo III, donde la meta era escalar los indicadores de productividad de 450 empresas; de las cuales el 27% buscó reducir los productos no conformes o implementar normas y sistemas de gestión de calidad; el 26% priorizó la implementación de la línea Productividad Operacional para reducir los tiempos en su operación y los desperdicios generados por defectos, tiempo de ciclo, costo unitario de su producción, entre otras variables que impactan directamente los costos; y el 23% se enfocó en mejorar su labor comercial, lo cual les permitió incrementar clientes y ventas en aproximadamente en un 29%. 150 microempresas fueron beneficiarias y las líneas de intervención más demandadas fueron “Gestión comercial” con el 41%, “Gestión de la Calidad” 26%, “Transformación digital” con el 19%, y “Productividad operacional” con 13%.

Sostenibilidad Empresarial

Se adelantaron acciones tendientes al fortalecimiento de las empresas en diferentes ámbitos relacionados con la sostenibilidad. La apuesta actual más importante en la materia es la promoción de la adopción del modelo de Sociedades BIC. Bajo la iniciativa de apoyo a la transformación en Sociedades BIC y con un componente de asistencia técnica, se han caracterizado a 463 empresas las cuales ya tienen la definición de actividades BIC a implementar y su respectivo plan de acción; además 167 empresas fueron asesoradas para la definición de reportes y 176 en reforma de estatutos.

Junto con CONFECÁMARAS se celebró un nuevo convenio para el diseño e implementación de un programa de asistencia técnica. Para finalizar, se estructuró Camino+B, para acompañar a 70 sociedades BIC en la evaluación de su empresa bajo la herramienta de Sistema B, teniendo en cuenta que les servirá como insumo para su reporte de gestión y que tendrán la posibilidad de ser postulados a una beca para poder certificarse como “Empresa B” que son aquellas empresas con objetivos de “triple impacto”: económico, social y ambiental.

Programa de desarrollo de proveedores

Como una de las formas en que las empresas pueden generar valor compartido, se desarrolló este Programa con el objeto de contribuir a la optimización de la cadena de valor mediante iniciativas alineadas a sus intereses estratégicos, destacando que en esta vigencia 2022 se han desarrollado los

siguientes:

- Ruta de fortalecimiento a proveedores con una participación de 20 empresas
- Desarrollo de Proveedores CCB – PNUD benefició a 10 empresas ancla y 93 proveedores
- Desarrollo de Proveedores ENEL, fue presentado a 53 proveedores
- Proveedores Constructora Capital, 22 proveedores vinculados, de los cuales, 8 ya finalizaron el proceso logrando analizar su modelo de negocio e implementar un plan de formación
- NALSANI, se fortalecieron 20 empresas proveedoras de productos y servicios para Tutto.

Apoyo a la internacionalización de las empresas

En esta vigencia se vincularon 174 empresas a esta iniciativa lo cual les permitió prepararse para ingresar al mercado destino. De igual manera se realizó el 4 Foro de eCommerce Transfronterizo: Motor para el crecimiento de las empresas, con la participación de 84 empresarios y conferencistas internacionales. Se realizaron actividades para fomentar la cultura exportadora de los empresarios estas actividades contaron con más de 2.218 asistentes logrando 56 exportaciones de empresas de Bogotá y la región, acompañadas por la CCB, a países como Singapur, Perú, Panamá, Australia, Francia y Estados Unidos.

Empresas en Trayectoria Mega – ETM

Con esta iniciativa, se apostó al fortalecimiento y creación de mejores y más empresas a través de su metodología de empresarios para empresarios y, contribuir al crecimiento sobresaliente de las organizaciones con impacto en sus indicadores financieros, así como en los frentes ambientales, sociales y en el gobierno corporativo de las compañías. Para ello se contó con 5 módulos conservando tres componentes: Formación, mentoría y conversaciones poderosas. Se conformaron 201 grupos MEGA con 2.400 empresas vinculadas, de las cuales 825 son de región.

Segmento Innovador

La Entidad ha asumido un compromiso permanente con una visión de largo plazo en donde el emprendimiento y la innovación sean fuerzas indiscutibles de progreso, creación de empleo y generación de riqueza. Mediante la iniciativa de Emprendimiento Juvenil se busca promover la cultura del emprendimiento y del pensamiento creativo, 70 colegios se postularon y 50 fueron vinculados, se contó con 800 asistencias de docentes en las sesiones de transferencia y más de 3.000 estudiantes se beneficiaron del programa.

La iniciativa Colegios en Trayectoria MEGA busca promover en colegios públicos y privados la cultura del logro de resultados sobresalientes en la gestión de la institución. En el año se vinculó a 32 instituciones educativas, dentro de las que se destacan colegios femeninos, colegios para niños con discapacidad auditiva y colegios de bachillerato para adultos. También se realizó el lanzamiento de la Comunidad de Rectores Colegios en Trayectoria Mega-CTM con 34 asistentes que se comprometieron a ejercer un rol activo en la comunidad.

En cuanto a emprendimiento universitario, se busca fomentar en los estudiantes y las instituciones el interés por el emprendimiento y la aplicación de herramientas de investigación, innovación, tecnología y conocimiento en nuevos negocios. Como resultado, se realizaron más de 10 actividades con apoyo de 20 universidades de Bogotá y la Región con más de 800 asistencias de jóvenes estudiantes.

En actividades de promoción de mentalidad y cultura, la línea programática tiene un enfoque de generación de interés hacia el emprendimiento, por medio de la promoción de la mentalidad y cultura emprendedoras, para el periodo contaron con 11.316 participantes. De otra parte, se realizó la V edición del Festival del Emprendimiento GoFest, para inspirar a todos los que están iniciando su emprendimiento y a los que quieren innovar en sus empresas, con charlas de expertos nacionales e internaciones en tendencias globales, negocios sostenibles, criptomonedas, inteligencia artificial, entre otros. En los tres días del festival se contó más de 10.610 asistencias en las diferentes actividades, 3.260 asistentes únicos y 470 estudiantes de diferentes colegios de la ciudad.

En Rutas de Activación para la Creación de Empresas, fueron acompañados más de 787 emprendedores con los cuales se logró el cumplimiento de 96 objetivos empresariales; para ello se realizaron más de 193 citas para el seguimiento del proceso con el asesor asignado. De otra parte, en Innovaltalks con el fin de inspirar a emprendedores y empresarios a encontrar nuevas oportunidades de negocio, la red de aliados del programa ha puesto su conocimiento y experiencia a disposición mediante 73 actividades, con 3.965 asistentes, para inspirarlos a encontrar nuevas oportunidades de negocio.

En Aceleración de proyectos de Innovación, se busca incrementar el nivel de sofisticación de los productos y servicios. En el periodo se acompañó a emprendedores y empresarios en la validación de prototipos de baja resolución de productos, servicios, experiencias y/o procesos, simulando situaciones reales que permitieran desarrollar e iterar los prototipos antes de su implementación para disminuir su riesgo de salida al mercado. Las convocatorias se realizaron de forma permanente con cortes mensuales; de los 188 proyectos acompañados, 142 con dos validaciones.

Con *Go to Market* se acompañó un total de 138 proyectos de emprendedores y empresarios que buscaban poner en marcha su modelo de negocio y realizar las primeras ventas de sus nuevos productos y/o servicios, mediante talleres y asesoría que les permitieran encontrar el product market fit, a través de estrategias de marketing digital, acompañamiento de un consultor de Innovalab y un consultor externo.

La *Aceleradora Mujeres Tech*, busca impulsar el crecimiento acelerado y ampliación de mercados de Startups de alto impacto, lideradas por mujeres. Como resultado, 9 empresas reportaron incrementos en ventas del 158% y una de ellas generó un empleo.

La iniciativa Sistemas de Gestión de Innovación, se crea para impulsar la adopción de la innovación como una práctica permanente y transversal en las empresas. Como resultado se realizaron dos ciclos del programa, logrando la vinculación 59 empresas, 31 empresas lograron certificarse con el sello de buenas prácticas de innovación. Finalmente, resalta la alianza generada con la Universidad del Rosario para crear dinámicas que apoyen e impulsen la innovación, para lo cual se realizaron 2 jornadas de inmersión en el laboratorio UR STEAM con el recorrido de 4 espacios.

En innovación abierta, se acompañaron 18 retos que consisten en la implementación de un modelo de gestión de la innovación basado en la colaboración con personas y entidades externas a las organizaciones, bajo iniciativas que busquen incorporar oportunidades de co-creación con profesionales u organizaciones externas y que estén interesadas en compartir los resultados.

La comunidad INNOVALAB, se consolidó a través de LinkedIn con 447 miembros, sumados a los 225 participantes de WhatsApp de la hora del café y mujeres tech. Adicionalmente, se realizaron 8 mixers de innovación con 345 asistentes en temas de interés para la comunidad de emprendimiento e innovación. También se realizó el lanzamiento del mapeo del ecosistema de emprendimiento e innovación colombiano realizado por la firma Brasileira Distrito y para cerrar en alianza con iNNpulsa Colombia, también se organizó la semana de la innovación con 18 actividades y más de 1.100 asistentes.

Otras iniciativas para la reactivación empresarial

A través de *Soluciones Tech – Escuela de transformación digital - ETD*, se impulsó la cultura digital en las empresas sensibilizando a más de 1.800 emprendedores y empresarios a través de actividades como Demotech, Bootcamp, Webinars y otros eventos. Además, se promovió el uso de nuevas tecnologías logrando que más de 1.000 empresas pudieran lograr su implementación; 530 clientes únicos lo hicieron mediante dichas alianzas.

Financiamiento Empresarial - Rueda de Soluciones Financieras

Para ofrecer alternativas de financiamiento a empresarios que necesitan acceso a capital, junto con 20 entidades se desarrollaron 21 Ruedas de Soluciones Financieras para que las empresas puedan contactarse con el mercado financiero y encontrar la mejor opción de acceso a crédito. A través de más de 1.519 citas efectivas para 754 empresas únicas.

Ecosistema digital de conocimiento

Se trabajó en el rediseño de metodologías cómodas y eficientes y formatos más cortos y dinámicos que se articulen con estructuras presenciales para generar procesos de capacitación mixtos, así como duplicar los niveles de recompra de los servicios. El Campus Virtual prestó 1.308 servicios, a los cuales se inscribieron 106.855 empresarios. De otra parte, mediante AVANZA se busca ser la principal plataforma de conocimiento a través de la cual los usuarios puedan acceder a toda la oferta de servicios de fortalecimiento empresarial de la entidad; en 2022 se realizaron 9.865 evaluaciones de los proyectos empresariales.

Programas de inversión y levantamiento de capital

Levantamiento de Capital	<ul style="list-style-type: none"> Más de 724 empresarios y emprendedores fueron inscritos para participar 1.655 asistencias en los servicios de formación 150 startups fueron evaluados en el “pitch day” 43 startups fueron presentadas a 60 inversionistas y se generaron 77 citas
Red de Ángeles Inversionistas	<ul style="list-style-type: none"> 60 empresas participaron en los ciclos de levantamiento de capital 30 inversionistas participaron en actividades de networking Se logró un crecimiento del 24% en el número de inversionistas activos
Mentoría con Inversión	<ul style="list-style-type: none"> 535 personas formadas en el 8 y 9 ciclo de formación del programa 19 empresas de las 31 que fueron presentadas a mentores inversionistas 15 nuevos mentores interesados en vincularse junto con INALDE
Apoyo a empresas en ley de insolvencia	<ul style="list-style-type: none"> 30 empresas en ley 1116 participaron del evento de Promoción de Empresas en Reactivación Económica Más de 80 empresarios participaron de la formación del Semillero de la Universidad de los Andes y la Superintendencia de Sociedades
Corporate Venturing	<ul style="list-style-type: none"> Más de 30 corporativos fueron sensibilizados en la metodología <i>Learning by</i>

1.4 Foro de presidentes y mentoría

1.4.1 Red de Mentores

El trabajo del mentor se traduce en el aporte de sus experiencias, habilidades y conocimiento al servicio y beneficio de otros empresarios. La red reunió más de 950 mentores, con 19.000 horas donadas en el periodo, lo cual representa una monetización cercana a \$2.900 millones de pesos, siendo la red de mentores y voluntariado más grande del país.

1.4.2 Comunidad de presidentes

Esta iniciativa busca involucrar a grandes líderes empresariales en la construcción de escenarios de futuro para la ciudad; la comunidad cuenta con dos segmentos; un comité asesor con 35 miembros, y una comunidad ampliada con participación de cerca de 150 empresarios vinculados a organizaciones. Se establecieron los ejes a priorizar en San Felipe, en construcción con 12 líderes del sector y 4 expertos en temas de seguridad, movilidad, comunidades y tecnología a través de un taller de cocreación.

1.5 Fondo Emprender

Con el objetivo de fortalecer la oferta de servicios para crear emprendimientos de alto impacto, la Cámara se vincula al Fondo Emprender, fondo de capital semilla creado por el Gobierno Nacional en el artículo 40 de la Ley 789 del 27 de diciembre de 2002, administrado por el SENA, para financiar iniciativas empresariales. El convenio tiene un valor de \$9.000 MM, con un aporte de la CCB en efectivo de \$7.000 MM y tendrá una duración de 20 meses, con el cual se busca asesorar a emprendedores de 128 proyectos de manera gratuita.

1.6. Promoción del comercio internacional

Para la reactivación económica de las empresas desde el enfoque internacional, se desarrollaron acciones en 3 frentes: 1) gestión de recursos de cooperación, 2) promoción de actividades comerciales y gestión de aliados en función de las empresas y de la CCB; y 3) la construcción de iniciativas que facilitan la dinámica del comercio internacional.

1.6.1. Cooperación nacional e internacional

En cuanto a cooperación financiera y técnica para empresarios se gestionó:

- 133 convocatorias publicadas en la web de la Entidad, las cuales registran 48.216 visitas.
- 15 talleres de “ABC de la cooperación nacional e internacional y formulación de proyectos” y “Ruta de acceso a recursos de cooperación nacional e internacional” con 965 participantes.
- 22 asesorías grupales con 517 asistencias, se socializaron las convocatorias de: Cooperación Holandesa, Colombia Productiva, Innpulsa, Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, MinTIC, ANDI, ProColombia, Embajada EE.UU, Innpectia y Gobierno Vasco.
- 134 empresas con proyectos presentados y a la fecha 114 proyectos aprobados.
- \$717 millones de pesos en recursos obtenidos por los emprendedores y empresas

1.6.2. Relacionamiento internacional

Para contribuir con la reactivación económica, a través de un portafolio pertinente, que promueve la creación de negocios internacionales y la gestión de la red de aliados nacionales e internacionales en función de las empresas y la Cámara, se beneficiaron 206 empresas de las siguientes actividades: 7 misiones de diplomacia económica, 7 agendas comerciales, 28 empresas beneficiadas en misiones

comerciales internacionales, 84 actividades de Networking. También se realizó Expo Dubai con 30 empresas participantes, 6 empresas participaron del Programa Más Productividad Más Destinos, 27 empresas beneficiadas en Bogotá Marcando Estilo - BME 2022.

De otra parte, se recibió visitas de delegaciones internacionales, se realizaron 75 planes de trabajo en desarrollo con embajadas, cámaras de comercio y organismos internacionales, se logró la designación del doctor Nicolás Uribe Rueda, como Presidente de la Federación Mundial de Cámaras de Comercio y se hizo la Primera Gran Cumbre Iberoamericana de Sostenibilidad e Innovación en los Negocios que contó con la participación de 22 países, 35 cámaras de comercio de América y más de 1.000 asistentes.

Gestión de política internacional

En el Comité Nacional de la Cámara de Comercio Internacional - ICC Colombia se realizaron 66 eventos y 26 sesiones de comisión y sus grupos de trabajo con 8.407 participantes y 5.493 clientes únicos. Se destaca 1 encuentro anual de los miembros ICC con 111 participantes y el cierre de la estrategia de la Ruta de Integridad Empresarial. En Aduanas y facilitación del comercio se hicieron 2 sesiones de comisión de comisión con 18 participantes, 5 jornadas del programa de formación en comercio exterior seguro con 1.957 participantes, en Arbitraje y ADR 8 sesiones con 243 participantes, en Derecho y Prácticas Mercantiles 5 sesiones de Comisión, en Economía Digital 2 sesiones con 69 participantes, en Medio ambiente y energía 3 sesiones de la Comisión con 80 participantes, en Mercadeo y publicidad 1 sesión de presentación de ICC Colombia, en Política de Comercio e Inversión 1 sesión de Comisión, con 36 miembros, en Propiedad Intelectual 1 sesión de Comisión con 22 participantes, en Responsabilidad Empresarial y Anticorrupción 3 sesiones de Comisión con 75 participantes.

1.7. Plataformas comerciales

BazaarBog

Esta plataforma mantiene su objetivo de posicionarse como la vitrina virtual gratuita más importante a nivel local, logró un incremento frente al año anterior del más del 113% en tráfico al ubicarse en 2.156.395 visitas y del 87,5% en oportunidades de ventas que llegaron a 77.984 clics con intención de compra. Al cierre del año, la plataforma contaba con 22.427 productos y servicios exhibidos de 1.546 empresas online del talento local, resultado de más de 4.054 postulaciones. Con el objetivo de fortalecer la estrategia de omnicanalidad, se unió a Corferias, dando la oportunidad a 353 empresarios.

Plataforma de Citas de Negocios (Negocia)

Esta comunidad brinda la oportunidad a empresas nacionales e internacionales de conectarse, generar alianzas y ampliar su red comercial para la demanda de productos y servicios. Cuenta con más de 5.090 empresas inscritas o en proceso de terminar su inscripción, se gestionaron y realizaron 1.864 citas de negocios a través de 14 ruedas de negocios presenciales y virtuales para las empresas participantes en la plataforma (1.647) con compradores.

Programa ARTBO

ARTBO | Fin de Semana

Se desarrolló del 22 al 24 de abril reuniendo 56 espacios. Adicionalmente, contó con otras secciones y componentes propios como: un servicio gratuito de rutas transversales y circulares, Mediación, Intervención (Planetario de Bogotá), Encuentro Editorial, Foro, Casa ARK-ARTBO y el Programa de Invitados Especiales. Al finalizar su edición, registró 34,386 visitas a los espacios.

ARTBO | Feria Internacional de Arte de Bogotá

El balance fue positivo en varios aspectos: 17.241 visitantes durante los 4 días de feria, se generaron 282 negocios efectivos reportados, en la sección ARTECÁMARA cabe resaltar la vinculación de artistas regionales que significó el 65% del total de participación, se desarrolló la sección Foro este espacio de carácter académico atrae la opinión de curadores, instituciones nacionales e internacionales y coleccionistas con perfil académico; así mismo la sección libro de artista tuvo un balance positivo, tanto en ventas como en conexiones con agentes de arte. En total se reportaron ventas por \$98 mm.

ARTBO | Salas

La programación tuvo un año con una participación destacable de artistas curadores y público en todo el año: En total fueron 110 artistas participando en exposiciones y 15 curadores y una asistencia a dichos eventos 1.303 personas.

ARTBO | Tutor

Es un referente en programas de arte y educación en Bogotá: ha logrado posicionarse y evolucionar de acuerdo con las necesidades de los artistas autodidactas y emergentes, que son el público objetivo. Después de la reunión de retroalimentación que se tuvo con los proveedores designados de 2022, se detectaron oportunidades de mejora en el contenido y plan de trabajo que se integraron a los lineamientos que proponen para la contratación del próximo año. Se espera recibir cerca de 300 aplicaciones para ARTBO | Tutor en 2023. Por último, 90 personas para hacer parte de este plan.

Bogotá Fashion Week – BFW

Del 19 al 21 de mayo de 2022 se llevó a cabo la 5 versión de Bogotá Fashion Week, atendiendo directamente a más de 160 empresas del sector de la moda, en la cual se dieron los siguientes resultados: 2,1 millones de USD en negocios wholesale proyectados, +1.500 millones de pesos en ventas retail, 30 compradores internacionales, 20 compradores nacionales, +400 citas de negocios, 16 pasarelas, 10 conversaciones, 8 momentos en sala de experiencias, +19.000 asistentes.

Bogotá Audiovisual Market – BAM

Del 11 al 16 de julio se realizó el evento Bogotá Audiovisual Market – BAM de manera híbrida, 3 días digitales, 3 días presenciales, 60 compradores internacionales, 150 acreditados de industria, se recibió una cifra record de 36 proyectos de largometraje terminados.

Bogotá Music Market – BOmm

Se llevó a cabo del 12 y 16 de septiembre en el Teatro Colón, Centro Cultural Gabriel García Márquez y el Museo Colonial donde se realizaron los showcases, BOmm Talks, BOmm Labs y Ruedas de negocio, actividades enfocadas en apoyar la reactivación del sector empresarial de la música. La convocatoria de proyectos artísticos llegó a las 900 propuestas, un 40% más que la demanda del año anterior. El BOmm tuvo la participación de 300 artistas, 160 compradores nacionales, 100 compradores internacionales de 20 países y 110 Agentes, quienes entre sí agendaron 1.560 citas presenciales y 1.490 citas virtuales.

Bogotá Madrid Fusión – BMF

El evento se realizó del 1 al 3 de diciembre bajo el tema “EN BUSCA DE UNA IDENTIDAD CULINARIA”. Este escenario reunió a más de 967 asistentes durante los 3 días, 30 chefs y cocineros ampliamente reconocidos a nivel nacional e internacional por su experticia en la escena gastronómica, quienes

participaron en las diez ponencias que se realizaron diariamente y que tuvieron una duración de 40 minutos cada una. En conjunto con Grupo Vocento se definieron 17 Chefs internacionales y 13 Chefs nacionales. En la rueda de negocios se registraron 227 participantes, 82(36%) compradores y 145(64%) vendedores, los cuales fueron aceptados en su totalidad.

Bogotá Gastro Fest

En la fase de convocatoria se recibieron 149 propuestas de las cuales 94 fueron evaluadas, luego en fase de evaluación y selección se dejaron 50 establecimientos y para acompañamiento y mentoría se desarrollaron 7 talleres en fortalecimiento de modelo de negocio.

1.8. Culturización de la reactivación

Siendo el Cluster una concentración geográfica de empresas, organizaciones e instituciones relacionadas en un campo concreto que puede estar presente en una región, la CCB centró sus esfuerzos en la clusterización de la reactivación, beneficiando a más de 27.511 personas, 20.795 de organizaciones, de las cuales 20.408 fueron empresas. Igualmente participaron 4.364 personas de 2.424 empresas en la institucionalidad de los Clusters. Por lo anterior, y con el fin de brindar servicios especializados, fueron diseñados 11 programas bandera con los siguientes resultados:

1.8.1. Programa de reactivación económica para el sector de inmobiliaria

Benefició a 743 inmobiliarias a través del acceso a contenidos y conferencias con expertos en temas como marketing digital y gestión empresarial. También impactó 101 inmobiliarias por medio de la apropiación de estrategias digitales y comerciales para incrementar sus clientes y ayudarlas a aumentar su red de contactos y participar en espacios comerciales, logrando un incremento promedio de “leads” o prospectos de negocio mensuales de 16%, y uno del 67% a lo largo de los cinco meses de acompañamiento. Este contó con un índice de experiencia del cliente del 94,2% y un NPS del 86,96.

1.8.2. Programa de reactivación para el sector eficiencia energética

Se beneficiaron 760 empresas pertenecientes al segmento de prestadoras de servicios energéticos y empresas de otros sectores interesados en conocer e implementar soluciones de gestión eficiente de la energía a través de formación especializada en gestión de proyectos y marketing digital. Se realizaron 8 espacios de conocimiento denominados “jueves de la eficiencia”, donde se abordaron temáticas relacionadas con mecanismos de financiación, incentivos tributarios, buenas prácticas en contratación y estructuración de proyectos, entre otros. El Programa permitió incrementar ventas y clientes potenciales en un promedio de 10%. El índice de experiencia del cliente fue de 87,23 y un NPS del 86,67.

1.8.3. Programa de reactivación para el sector de belleza y bienestar

Benefició a 742 empresas, 130 de éstas con actividades de apoyo a mayor profundidad, allí recibieron acompañamiento personalizado para la definición de estrategias digitales y comerciales; acceso a cursos, talleres y conferencias para mejorar la gestión de la empresa, además de espacios de networking para aumentar contactos con proveedores y clientes. Este contó con un índice de experiencia del cliente de 85,76% y un NPS del 83,33.

1.8.4. Programa de reactivación económica para droguerías y tiendas naturistas

Se beneficiaron 598 droguerías, principalmente pequeñas e independientes que realizaron procesos de formación en herramientas digitales por medio de una plataforma de Moodle. 103 empresas hicieron la ruta de apropiación de herramientas digitales, donde 18 implementaron su plan de marketing digital,

25 empezaron a usar las herramientas de posicionamiento en Google, 31 se digitalizaron con soluciones de ERP, y 5 implementaron soluciones de telesalud. Este contó con un índice de experiencia del cliente fue de 89,46% y un NPS del 71,43.

1.8.5. Programa de reactivación para el sector de gastronomía

Benefició a 1.837 empresas y ha impactado a 602 empresas, resultado alcanzado con el respaldo de un equipo de consultores de apoyo 1-1 a las empresas en Bogotá y particularmente en otros municipios en región. De igual manera, parte de las empresas impactadas que participaron en el componente de innovación diseñaron 8 prototipos enfocados en servicio. Del total de empresas beneficiadas e impactadas, el 33% de estas se encuentran ubicadas fuera de Bogotá, liderado por la provincia del Guavio (Guasca y Junín). Este contó con un índice de experiencia del cliente de 88,91% y un NPS del 74,14.

1.8.6. Programa de reactivación para el sector salud

Benefició a 2.864 empresas y ha impactado a más de 363 a través de la implementación de soluciones y/o asesorías especializadas. Se realizaron 16 webinars/talleres/charlas/masterclass con expertos en diferentes temas como seguridad de la información de la historia clínica, cumplimiento de la resolución 3100 para la habilitación de telemedicina y las distintas posibilidades de tecnificación de los procesos en la prestación de salud enfocados principalmente a las mipymes. Este contó con un índice de experiencia del cliente fue de 91,75% y un NPS del 85,72.

1.8.7. Programa de reactivación industrias creativas

Benefició a 2.274 empresas por medio de más de 50 webinars y charlas especializadas con el objetivo de mejorar el conocimiento en diferentes tendencias para estos sectores económicos, dar a conocer los incentivos tributarios de los cuales se pueden beneficiar, brindar herramientas para mejorar sus estrategias empresariales en temas de sostenibilidad, nociones de propiedad intelectual e innovación y nuevos negocios. Se han impactado a 416 a través de formación especializada, participación en ruedas de trámites, de negocios y de proveeduría. Este contó con un índice de experiencia del cliente fue de 87% y un NPS del 78,26.

1.8.8. Programa de reactivación para el sector moda

Benefició 967 mipymes manufactureras y estuvo orientado en fortalecer las marcas de Bogotá - Región en los canales digitales y presenciales, a través del acompañamiento de expertos que brindaron asesoría personalizada para la implementación de herramientas y metodologías de fácil aplicación. Se lograron impactar 352 empresas únicas a profundidad con el acompañamiento personalizado. Los participantes registraron un incremento de nuevos clientes o seguidores en los canales de comercialización del 68% y el 84% de los encuestados manifestaron incremento de sus ventas. Este contó con un índice de experiencia del cliente fue de 91,46% y un NPS del 90,01.

1.8.9. Programa de innovación de soluciones digitales, financieras y logísticas

Benefició a 1.426 empresas e impactó a otras 554 por medio de una ruta de formación para empresas de la oferta la cuales pone a disposición soluciones digitales, financieras y logísticas, donde se desarrollaron cinco ciclos de aceleración de proyectos de innovación. Este contó con un índice de experiencia del cliente de 92,41% y un NPS del 80,75.

1.8.10. Programa de reactivación turismo

Benefició a 890 empresas e impactó a 226 empresas por medio de una oferta centrada en 2 rutas de innovación e Innovatalks. También, se contó con una agenda de talento humano que benefició a 155 profesionales en capacitación del idioma inglés, servicio al cliente y 24 certificados en NSCL “Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa” así como en “Diseñar paquetes turísticos de acuerdo con componentes técnicos y estándares de servicio”. Este contó con un índice de experiencia del cliente del 84,44% y un NPS del 65,67.

1.8.11. Programa de reactivación de las exportaciones del sector farmacéutico

Benefició 1.102 empresas e impactó 57 empresas, que recibieron 5 talleres sobre diferencias y similitudes en el proceso de registro sanitario de medicamentos para Centro América, Portugal, Israel, Sudáfrica, Indonesia y Sur América, un curso corto (22 horas) para la asesoría en registro sanitario de medicamentos en América Latina, EE. UU. y Europa, y 6 webinars para fortalecer el perfil exportador de la industria farmacéutica de Bogotá. Adicionalmente, se contó con un total de 50 horas de formación especializada con 3.000 asistentes de 1.200 empresas de Bogotá y el resto del país.

Otros proyectos y acciones en ejes estratégicos

Con la focalización y depuración de los proyectos y acciones de las agendas de las iniciativas Cluster de acuerdo con su impacto, capacidad de ejecución e implementación, y el rol de liderazgo de la CCB para facilitar ese impacto y ejecución, en 4 ejes: innovación y nuevos negocios, talento humano y empleo, sostenibilidad, e internacionalización y atracción de inversión. Se vincularon los programas, proyectos y acciones relacionadas con estos 4 ejes estratégicos a 8.425 participantes, representantes de más de 6.578 organizaciones, de las cuales 6.455 fueron empresas.

Innovación y nuevos negocios

Fueron vinculados en sus proyectos y acciones a 1.313 participantes, representantes de más de 1.214 organizaciones, de las cuales 1.161 son empresas. Se han beneficiado de servicios como eventos especializados de networking e innovación y capacitaciones especializadas, así como en proyectos específicos como: Bogotá gastro Fest, Cumplimiento con normativa de rotulado Frontal, Impulso a las industrias creativas de la región del Sumapaz, Proyecto: Sofisticación de productos de Calzado y Marroquinería y el Programa de soluciones de proveeduría Intercluster desde el Cluster de Impresión y Packaging.

Talento humano y empleo

Se vincularon en sus programas, proyectos y acciones a 3.316 participantes, representantes de más de 2.350 organizaciones, de las cuales 2.314 son empresas. La agenda busca promover la oferta de formación y capacitación en competencias relevantes para los clusters, según las brechas identificadas. Es así como se realizaron 37 acciones que corresponden a: 26 capacitaciones y talleres, 9 webinars y 2 bootcamps que han beneficiado a 2.183 empresas.

Sostenibilidad

Las iniciativas Cluster y la Dirección de Especialización Inteligente vincularon en sus programas, proyectos y acciones a 1.875 participantes, representantes de más de 1.685 empresas. Este eje tiene por objetivo promover la producción y comercio sostenible, implementación de buenas prácticas y de iniciativas de economía circular que contribuyan al desarrollo sostenible de las empresas de los Clusters en un sentido amplio que abarca 3 dimensiones: económica, ambiental y social.

Internacionalización y atracción de inversión extranjera

Fueron vinculados en sus proyectos y acciones a 548 participantes, representantes de más de 509 organizaciones, de las cuales 504 son empresas. En el marco de este eje se establecieron 2 objetivos estratégicos: Promover la exportación de bienes y servicios de las iniciativas Cluster a través de la identificación de barreras sectoriales y acompañamiento comercial; e incentivar la atracción de inversión extranjera directa, conectando empresas de los Clusters con potenciales inversionistas para generar oportunidades de negocio y alianzas estratégicas, de manera articulada con Invest in Bogotá.

Institucionalidad de las iniciativas Cluster y Dirección de Especialización Inteligente

Han participado en la institucionalidad de las iniciativas Cluster, comités ejecutivos, mesas de trabajo y consejos ampliados, 4.364 personas, de más de 2.544 organizaciones, de las cuales 2.424 son empresas. El 90% de las empresas fueron mipymes (63% micros, 17% pequeñas y 10 % medianas), y el 10% fueron grandes. También, se realizó la celebración de 10 años de las iniciativas Cluster de Bogotá y la Región reconociendo con galardones personalizados a más de 480 actores destacados que han acompañado a la Entidad en el trabajo conjunto de generar proyectos y acciones que detonen la competitividad en Bogotá y Cundinamarca.

En 2022 la Dirección de Especialización Inteligente se enfocó principalmente en tres frentes: en primer lugar, continuar con el ejercicio de la Secretaría Técnica de la Comisión Regional de Competitividad Bogotá Cundinamarca; en segundo lugar, apoyando una línea transversal para la generación de iniciativas de apoyo a los Clusters en economía circular y proveeduría; y, en tercer término, brindando apoyo técnico al proyecto Distrito de Ciencia Tecnología e Innovación.

2. FACILITACIÓN DE TRÁMITES Y REQUISITOS

Este énfasis tiene el propósito de incidir en asuntos regulatorios, normativos y en política pública para la eliminación de barreras que obstruyen la labor empresarial.

2.1 Gestión de conocimiento para la reactivación empresarial y la generación de empleo

Se generaron 30 perfiles económicos y empresariales y de los Clusters y 12 informes de seguimiento a los principales indicadores económicos, empresariales y de mercado laboral en Bogotá y los 59 municipios. Así mismo, se gestionaron 123 requerimientos de información (39 de información estadística especializada en temas empresariales y 54 de georreferenciación).

Se divulgó la Gran Encuesta sobre el Empresario 2021, en la que se recoge la opinión de más de 904 empresarios. También, se actualizó el semáforo de la ejecución de la inversión mes a mes, con la información de las 47 entidades, 16 sectores y 20 fondos de desarrollo local de Bogotá; así como el “Radar de Eficiencia y Competitividad Logística” con información a mayo del 2021 de 22 indicadores en 10 temas. En cuanto, al observatorio de la región Bogotá-Cundinamarca se actualizó de manera permanente la información de más de 25 micrositios de interés para los empresarios; así mismo se emprendieron varias acciones que promovieron el acceso y el posicionamiento del observatorio como fuente de consulta para más de 466.835 visitantes.

De otra parte, se desarrollaron instrumentos y convenios como: proyecciones macroeconómicas para anticipar el comportamiento de los principales agregados económicos, convenio con Procemco y

Camacol para mejorar la eficiencia logística del sector de la construcción en Bogotá proyecto “Huella logística”, se realizó la recopilación de propuestas para el Plan de Desarrollo Nacional, se aportaron dos capítulos (desarrollo económico y empresarial, y de Seguridad) para el informe de calidad de vida para Bogotá Cómo Vamos.

2.2 Gestión de la Sostenibilidad, los Derechos Humanos y Empresa

2.2.1 Derechos Humanos y Justicia

Este año, se firmó un memorando de entendimiento con la Procuraduría General de la Nación y su Instituto de Estudios del Ministerio Público, en el que se están formando a 67 empresas con participación Estatal. Adicionalmente, se realizó el lanzamiento de la Guía Práctica de Debida Diligencia en Derechos Humanos para Pymes, cuyo propósito es facilitarles una comprensión sobre cómo pueden adoptar la debida diligencia, para que actúen de manera responsable y respetuosa con su entorno. En el marco de la alianza con la Corporación Judicial Excelencia en la Justicia y la Escuela Judicial Rodrigo Lara Bonilla, se construyeron dos Ciclos de Formación. Entre otras acciones, se lanzó la segunda edición del Concurso Estudiantil de Juicios Empresariales 2022 con un total de 9 universidades inscritas, 13 equipos y la vinculación de 27 jueces.

2.2.2 Conducta empresarial responsable

Se llevó a cabo el primer comité Conducta Empresarial Responsable- CER: Tendencias y herramientas empresariales para abordar los retos del cambio climático, con la participación de 8 empresas. Además, se inició el programa de Desarrollo de capacidades de la cadena de suministro de empresas ancla, con la participación de 6 empresas y de su cadena de suministro: CENIT, PAREX, Nestlé, EPM, Latam, y CCB. Por su parte, a través de la Red de valor Compartido se diseñaron los cursos ABC para cada uno de los pilares de la Conducta Empresarial Responsable:

- Valor Compartido con 80 participantes de manera presencial y 65 en YouTube
- Transparencia y Anticorrupción con 75 participantes
- Diversidad y Género con 60 participantes
- Inclusión con 75 participantes
- Derechos Humanos con 60 participantes
- Sostenibilidad con 165 participantes presencial y 200 en YouTube

2.2.3 Sostenibilidad ambiental

Se lanzó la primera encuesta de Descarbonización y Acción Climática. De otra parte, se publicó la Guía de Descarbonización y Acción Climática para Bogotá y Cundinamarca, se realizaron 11 cátedras de difusión con más de 400 asistentes. Así mismo, en la continuación del proyecto de descarbonización y acción climática se logró el acompañamiento a 16 pymes, también se avanzó en la articulación de una ruta de emprendimiento para negocios verdes en el marco del Memorando de Entendimiento con la Secretaría Distrital de Ambiente y la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico.

Adicionalmente, dos ruedas de finanzas sostenibles para conectar a los distintos actores del ecosistema (inversión y financiamiento) con empresas interesadas en llevar a cabo proyectos de cambio climático que necesiten fondos para ejecutarlos. Finalmente, en el desarrollo de las actividades en el convenio de Unidos por los ODS se realizó el lanzamiento de la plataforma para la tercera medición del aporte de las empresas al cumplimiento de la Agenda 2030.

2.2.4 Seguridad, legalidad, transparencia y anticorrupción

Desde el lanzamiento de la Encuesta de Percepción y Victimización 2021 ha contado con más de 50 menciones en medios de comunicación y editoriales. Se han llevado a cabo 8 jornadas de seguridad. Así mismo, se hizo el lanzamiento de la Guía Práctica para la denuncia del delito de contrabando con enfoque en el sector moda por redes sociales. De otra parte, se realizó la ceremonia de graduación de 38 miembros de la Fuerza Pública en fase de preparación para su retiro y reincorporación a la vida civil; que culminaron el diplomado en formación de habilidades blandas. Así mismo, finalizó la segunda versión de Transpalab en la que 20 empresas de los sectores de Construcción, Energía y Software & TIC se capacitaron y desarrollaron su programa de riesgos y plan de mejoramiento en el cumplimiento de lo que exige la ley en materia de prevención de la corrupción, lavado de activos y financiación del terrorismo.

2.3 Valor compartido, Equidad Diversidad e Inclusión

En el marco de la feria de Sociedades que Generan Valor ExpoBIC, se sensibilizó a 300 asistentes sobre la importancia de medir, reportar y orientar los negocios hacia las inversiones sostenibles. Se creó el curso en Género y diversidad Sexual Mira la Esencia que orienta y da herramientas a los empresarios en el tema de atención a las poblaciones diversas y cuenta con 250 participantes. También se realizó ExpoTalento Diverso primera apuesta por la empleabilidad inclusiva para la inserción laboral de personas diversas con 1.435 asistentes y participación de 9 organizaciones y entidades del orden nacional y distrital.

Al respecto, se realizó la Macrorueda de Empleo Inclusivo con especial énfasis en el cierre de brechas para mujeres, jóvenes, población con discapacidad y población sexualmente diversa e incentivar el empleo en industrias tecnológicas, participaron 83 empresas con 24.126 vacantes y 402 personas contratadas. Asimismo, en ruta de emprendimiento inclusivo para las mujeres de la dirección de territorialización de derechos y participación el trabajo beneficiara a 50 mujeres y a 28 organizaciones sociales del distrito. Para finalizar, junto con la Cámara de la Diversidad se desarrolló la Cumbre del mercado diverso WETRADE que sensibilizó a 716 asistentes frente a los retos y oportunidades de empleo, emprendimiento y encadenamiento del mercado LGBTIQ+.

2.4 Gestión Pública y Ciudadana

2.4.1 Gestión Urbana

En referencia al Plan Estratégico Chía, Cajicá y Zipaquirá al 2050, se finalizó el estudio de prefactibilidad de los tres proyectos priorizados: Parques Metropolitanos del Río Bogotá, Redes de ciclorrutas de la Sabana y el Ecoparque Ecológico. De otra parte, se realizó el seguimiento a 32 obras (55 contratos), a indicadores de inversión, avance de obras, empleos y desembolsos. En torno al POT de Bogotá se participó en 5 mesas de trabajo en el marco del Comité Intergremial, formulando recomendaciones al proceso de reglamentación que adelanta la Secretaría Distrital de Planeación sobre estos temas. En cuanto al POT Zipaquirá y Fusagasugá, se realizaron 6 mesas de trabajo para presentar en detalle las observaciones y recomendaciones realizadas por la CCB en el 2021 y 2022, con el fin de incidir en la construcción de dichos instrumentos de planeación.

2.4.2 Gestión Regulatoria

Dentro del seguimiento legislativo se monitorearon 131 proyectos de ley que cursan actualmente en el Congreso de la República, de los cuales 8 son de impacto negativo alto para la CCB y 4 son de

oportunidad. Adicionalmente, dentro del plan de relacionamiento se llevaron a cabo en 2022 45 reuniones con congresistas y 6 con concejales de Bogotá, con el fin de dar a conocer la oferta institucional de la Cámara. En materia electoral, se realizaron 2 debates con candidatos a la Cámara de Representantes por Bogotá y Cundinamarca, a los cuales asistieron los delegados de los partidos, bajo la alianza con la Casa Editorial El Tiempo y Caracol Radio; también se participó en la estructuración y formulación de propuestas para el documento “La Voz de los empresarios: Propuestas para los candidatos al Congreso y a la Presidencia de la República para el periodo 2022-2026”. Importante finalmente señalar sobre el particular, que, en incidencia se destaca la realización del primer bloque parlamentario de la bancada de Congreso de Bogotá, en el cual participaron 15 congresistas (entre ellos el presidente del Congreso), la alcaldesa de Bogotá Claudia López y los 22 gremios del comité intergremial.

2.4.3 Simplificación de trámites

En el marco de la Estrategia de Simplificación de Trámites, se realizó el mapeo de trámites de operación empresarial en 3 nuevos municipios de la jurisdicción de la CCB: Cogua, Gachancipá y Ubaté y en 2 sectores de Bogotá: Peluquerías (CIU 9602) y Espectáculos de Música en vivo (CIU 9007 y 9008). Se avanzó en la formulación y gestión de los planes de trabajo para los trámites priorizados en 2021 y 2022 para 12 municipios, se simplificaron 47 trámites en 11 de estos municipios, facilitando su cumplimiento por parte de los empresarios localizados en el territorio.

2.4.4 Plan Relacionamiento Interinstitucional

Actualmente, se lidera el Comité Intergremial de Bogotá y Cundinamarca desde los roles de Presidencia y Secretaría Técnica. Se realizaron en 2022, 12 sesiones del Comité abordando temas de interés como la reglamentación del POT de Bogotá, infraestructura para la movilidad, impuestos distritales, región metropolitana, fortalecimiento empresarial, Distrito de Ciencia Tecnología e Innovación, Corredor Verde (carrera séptima), Seguridad en Bogotá y avances Metro de Bogotá. En el marco de este órgano colectivo, se elaboró el documento de recomendaciones del Comité Intergremial a los candidatos presidenciales en 7 ejes temáticos.

En el marco del Plan de Relacionamiento Gremial, se realizaron 12 reuniones para la definición de planes bilaterales con Aesabana, Asocolflores, Cámara Colombiana de la Energía, Cámara Colombiana de la Infraestructura, Cotelco, Defencarga, Sociedad Colombiana de Ingenieros, Asoleche, Camacol, Fenalco, ProBogotá y Amcham. Por último, se inició el Plan de Relacionamiento con las entidades del Distrito y se realizaron 5 mesas de trabajo con las Secretarías de Hacienda, Ambiente, Desarrollo Económico, Movilidad y Educación.

2.5 Seguimiento a la fase preconstructiva e inicio de la primera línea del metro de Bogotá, D.C

Como resultado de dicha consultoría, se identificó el estado actual del proyecto, los riesgos y alertas, impactos en el entorno y se formularon recomendaciones y propuestas en temas técnicos, ambientales, sociales y de entorno, prediales, traslado de redes, jurídicos, financieros y de estudios y diseños.

2.6 Plan Integral de Cundinamarca y gestión regional

Para el 2022 el PIC se propuso 6 iniciativas, 12 actividades y 188 acciones, destacándose la articulación de la Entidad y sus filiales en la jurisdicción de los 59 municipios de Cundinamarca, impactando a todos el territorio, principalmente en los 30 municipios que más empresas crearon en 2021 y que tienen la

mayor participación empresarial. Aunando esfuerzos por el empresariado, se firmaron 3 convenios para implementar la Ventanilla Única Empresarial – VUE con las alcaldías de Tabio, Sibaté y Cáqueza. De otro lado, Pedaleando por Cundinamarca llegó a 11 jornadas en los Municipios de Ubaté (2), Tausa, Guasca, Gachalá, Chía (2), Tocancipá, Gachetá, Guachetá y Villapinzón, con más de 3.900 asistentes y 475 empresas impactadas. Con el liderazgo del PIC se consiguió fortalecer a 2.794 empresas y 10.242 servicios de fortalecimiento prestados por canales virtuales; 983 empresas fueron parte de procesos de competitividad.

Bogotá Cómo Vamos

Se realizó la presentación de los resultados de la encuesta #MiVozMiCiudad aplicada en el segundo semestre de 2021. También se realizó la estructuración del Informe de Calidad de Vida ICV integrando de manera transversal el concepto de Derecho a la Ciudad, y se realizaron las mesas de expertos como parte de la construcción del ICV. Así mismo, lideramos las mesas y capítulos de dinámica Empresarial y Seguridad Ciudadana.

FUTURO DE LA CAMARA

Este foco tiene el fin de desarrollar actividades que contribuyan a la creación de una nueva realidad para la Entidad, ajustada a las necesidades, acorde con los desarrollos tecnológicos, los resultados de los indicadores tuvieron un comportamiento positivo cumpliendo con las metas establecidas.

INDICADOR	META 2022	RESULTADO 2022	% CUMPLIMIENTO
Ingresos Servicios Registrales	\$ 268.099	\$281.581	105%
Índice de experiencia del cliente externo - total CCB	89,21	88,37	99%
Aplicaciones migradas por año*	12,00	12,00	100%
Porcentaje del diseño de las arquitecturas de las aplicaciones para optimización**	40%	40%	100%
Participación virtual de los servicios diferente a renovaciones	65%	69%	106%
Nuevos modelos de negocio conceptualizados	5	8	160%
Número de afiliados	12.810	13.133	103%
Índice de Recomendación CCB. NPS (Net promoter score)	74,14	75,71	102%
Calidad de los desarrollos de software	87%	94%	109%
Disponibilidad de la infraestructura de los sistemas de información	100%	100%	100%
Índice de Experiencia de Proveedores	83,90	83,07	99%
Activos de información protegidos con controles de Ciberseguridad	100%	100%	100%
Aplicaciones integradas al modelo de autenticación	53%	53%	100%
Índice de renovación	79,00	79,20	100%
Porcentaje de renovación virtual	92%	94%	102%
Índice de renovación de la población con último año renovado (UAR -1)	79%	78%	99%
Rediseño de servicios virtuales registrales FASE II	100%	40%	40%
Ingresos de Soluciones y Operación de eventos	\$ 900	\$1.305	145%
Oportunidad en la entrega de soluciones	97,00	99,70	103%
Avance en el plan de trabajo de la implementación de la línea ética	100	100	100%

Cifras \$ en millones de pesos

*Se terminó la Fase I del proyecto de migración a la nube, con 16 aplicaciones migradas (12 en el 2022 y 4 en el 2021)

**Se creó el indicador para medir la Fase II del proyecto migración a la nube

1. TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA

Este énfasis tiene como objetivo mantener la disponibilidad de la plataforma tecnológica y los Sistemas de Información que soportan los procesos de negocio, minimizando el riesgo de indisponibilidad y dando continuidad a la operación.

1.1 Proyecto Migración a la nube (Proyecto Estelar)

Se culminó de manera exitosa de la primera fase del programa (Lift & Shift) sin impactar los servicios y logrando estabilización en tiempo record. Fueron migradas a la nube de Amazon Web Service (AWS) 16 aplicaciones de la entidad (100%) que estaban soportados en infraestructura ubicada en el centro de cómputo. Actualmente se está ejecutando la segunda fase del Proyecto de Migración en la Nube (Estelar) para la optimización de las aplicaciones migradas. Se ha definido la arquitectura objetivo para

SIREP 2, Servicios Virtuales Registrales, SIMASC, Plataforma de Pagos. La arquitectura para el Bus de Integración se encuentra en curso. La meta que se tenía establecida para 2022 estaba en el 40%, y se logró el 80%.

1.2 Infraestructura Tecnológica

En cuanto a la efectividad en la prestación de servicios de renovación de matrícula mercantil, se logró al 100% de disponibilidad en las aplicaciones de servicios registrales. Asimismo, se implementaron el 100% de las soluciones tecnológicas requeridas por la Superintendencia de Sociedades en virtud de la expedición de la Circular Externa 100-000002 de la Superintendencia de Sociedades.

1.3 Gestión de servicios y soluciones

En renovación nacional se puso en producción toda la funcionalidad incluyendo Renovación de Membresía para Afiliados, Renovación masiva, Renovación de entidades sin Ánimo de Lucro, Actividad económica de alto impacto para matrícula principal, establecimientos de comercio, sucursales y agencias, datos generales matrícula principal y persona jurídica.

1.4 Portal de Contratación

Se pasó a productivo y se trabajó en el análisis para la depuración de la base de proveedores que se encuentran registrados en SAP y que fueron objeto de migración al Portal (4.480 proveedores). La implementación ha permitido automatizar procesos de contratación, emisión de certificaciones y el proceso de registro de proveedores potenciales, de forma tal que sean más eficientes y se logre un mayor control sobre los mismos. Al cierre se lanzaron 250 procesos de contratación y se hicieron 24 sondeos de mercado por medio de esta herramienta.

2. CIBERSEGURIDAD

Se implementó para todos los colaboradores la solución de seguridad para la protección de correos electrónicos, el monitoreo de la red interna con el uso de una herramienta de inteligencia artificial y la protección contra denegación de servicio distribuido DDOS para dominios/subdominios de la Entidad. Se realizó la implementación de un servicio de monitoreo de seguridad de la plataforma tecnológica y el despliegue de las herramientas para el acceso seguro por VPN con doble factor de autenticación a todos los sistemas de información y para la gestión de políticas para la prevención de pérdidas de datos en equipos de cómputo, correo electrónico, nube y red.

3. MEJORAR LA EXPERIENCIA DE LOS SERVICIOS REGISTRALES

Para la Entidad es una de sus prioridades mantener la operación de los registros públicos con los más altos estándares de eficiencia, calidad y confiabilidad en la prestación del servicio.

3.1 Prestación de los servicios registrales

Al 31 de diciembre de 2022 se obtuvieron ingresos derivados de la administración del registro público por \$281.581,16 millones, aumentaron respecto a los años 2020 (\$233.748) y 2021 (\$247.228).

3.1.1 Registros Mercantil y de Entidades Sin Ánimo de Lucro

En cuanto a la solicitud de trámites de inscripción de documentos se presentan los siguientes resultados: Registro Mercantil 219.102, Registro de ESAL 22.655, para un total de 241.757. En relación con la generación de certificados se tramitaron 2.066.118 solicitudes de certificados, cifra equivalente a un incremento del 10% en relación con 2021 y del 17% frente a 2020. El servicio de certificados

históricos presentó una disminución del 2% frente a 2021 y del 22% frente a 2020, posiblemente, ante la terminación de los beneficios a los empresarios concedidos por el Gobierno Nacional con ocasión de la pandemia. El servicio de copias textuales presenta un crecimiento del 3%, frente al año 2021 y del 18% frente a 2020. De otra parte, al cierre del año 2022 se presentaron 29.207 solicitudes de corrección y actualización, de las cuales el 17% no procedían, el 18% se corrigieron y el 65% correspondieron a actualizaciones de información por parte del matriculado o inscrito.

Prestaciones de Servicios Virtuales

La participación del canal virtual para la atención de solicitudes de trámites de los registros públicos fue igual que el año anterior, con una participación del 81%. En el servicio de Asesoría Virtual Jurídica Registral, se atendieron 2.865 consultas relacionadas con normas legales y trámites jurídicos. En el servicio de asesoría virtual para creación de empresas, se atendieron 3.571 consultas, lo que representa un 16% más que en 2021, cuando se atendieron 3.069 consultas.

Ventanilla Única Empresarial - VUE

Al cierre se habían inscrito 47.946 personas naturales y 2.833 personas jurídicas a las unidades empresariales. A la fecha están incorporados los municipios de: Cajicá, Cáqueza, Sibaté, Sopó, Tabio, Tocancipá y Villapinzón.

3.1.2 Registro Único de Proponentes

Debido al impacto causado en la economía por la pandemia, 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. 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. Las solicitudes tramitadas durante el 2022 se discriminan de la siguiente forma: Inscripción 6.729, renovación 14.003, actualización 2.043 y cancelación 63.

La CCB realizó durante el 2022 el acompañamiento a los proponentes a través del servicio del chat atendiendo 18.806 consultas y 829 citas por el servicio de asesoría virtual. Asimismo, se llevaron a cabo 45 eventos de capacitación sobre el RUP. En los eventos realizados se contó con la asistencia de 2.700 personas. De manera adicional, se dictaron 10 capacitaciones en temas de normatividad del RUP dirigidas a las entidades estatales a las cuales asistieron 270 funcionarios públicos.

3.1.3 Registro Único Nacional de Entidades Operadoras de Libranza – RONEOL

Se desarrollaron capacitaciones internas y externas, incluyendo el contact center, con el objetivo de fortalecer los canales de información que tiene dispuestos la Entidad para los operadores de libranza. Los trámites de renovación e inscripción han tenido las siguientes solicitudes, las cuales han sido atendidos dentro de los términos previstos: inscripción 290 y renovación 726.

3.1.4 Registro Nacional de Turismo - RNT

Los trámites de renovación, suspensión y cancelación han tenido las siguientes solicitudes, las cuales han sido atendidos dentro de los términos previstos: renovación 18.076, suspensión 1.604, cancelación 1.655.

Proyecto de Ley sobre las ESAL del Régimen General

Se adelanta la gestión de un proyecto de Ley que permita, por un lado, unificar la normatividad respecto de las Entidades Sin Ánimo de Lucro - ESAL del régimen general (también llamado régimen común), en reunión se socializó con el equipo de trabajo la presentación de la Cámara de Comercio de Medellín sobre los avances del trabajo realizado por ellos y la Gobernación de Antioquia con respecto a las ESAL. Del mismo modo, en recientes reuniones y convenciones, la Secretaría Jurídica Distrital decidió adherirse a la propuesta existente, igual que la Cámara de Comercio de Medellín, con el fin de actuar en un frente conjunto con mayor peso, relevancia y unidad de los diferentes actores.

3.1.5 Atención de Actuaciones Administrativas

Respecto de los recursos resueltos y conocidos por la Superintendencia de Sociedades, resulta importante resaltar que el 93% han sido confirmados por la Superintendencia, por lo que puede decirse que el estudio jurídico de los documentos para su inscripción y el análisis realizado para resolver los recursos se ha efectuado a la luz de la ley. En cuanto a las quejas presentadas ante la Superintendencia de Sociedades, como organismo de vigilancia y control, se observa una disminución del 24%, pasando de 45 en 2021 a 34 en 2022. En ninguno de estos casos se ha sancionado a la CCB. Con respecto a las tutelas, en el año 2022 se presentó un aumento del 72%, pasando de 54 tutelas recibidas en 2021 a 93 en 2022, precisando que ninguno de los fallos ha afectado los intereses de la Cámara. Al 31 de diciembre de 2022 los derechos de petición presentan un incremento del 29%, pasando de 5.967 en 2021 a 7.703 en 2022, todos contestados dentro de los términos legales.

3.2 Nuevos servicios registrales Virtuales

Durante la temporada de renovaciones de 2022, de manera controlada se llevó a cabo el acompañamiento a algunas empresas invitadas, para verificar el funcionamiento de la herramienta. Se hizo la renovación de la matrícula mercantil de 884 matrículas en la Cámara de Comercio de Bogotá y 961 a nivel nacional, para un total de 1.845. En cuanto al proyecto de rediseño de servicios virtuales, teniendo en cuenta la alineación con el proyecto Estelar (Journey to Cloud), se llevó a cabo el diseño y desarrollo de nuevas herramientas, funcionalidades y microservicios que aportan a la eficiencia, disminución de errores, seguridad de los datos y experiencia del cliente, al momento de usar los servicios virtuales de registros públicos.

3.3 Servicio digital de inscripción de documentos

Se implementó el nuevo canal de recepción de documentos para la inscripción en los registros mercantil y de las entidades sin ánimo de lucro, con lo cual se finaliza la relación contractual de licenciamiento de la plataforma eSigna para interacción con clientes que deseaban radicar documentos, la cual era soportada por la firma española Idenova. Al finalizar el año se recibieron más de 45.000 solicitudes de inscripción de documentos. Luego de 12 sprints de desarrollos de mejoramientos e innovaciones se hacen nuevos desarrollos tendientes a la automatización completa para la liquidación de los derechos de inscripción e impuestos de registro de las actas y documentos que requieren los empresarios.

3.4 Innovación registral

De cara a explorar la posibilidad de crear un servicio que sea capaz de reemplazar tecnológicamente el registro público que actualmente desarrollamos, en 2022 se realizaron 1 prototipo y 2 producto mínimo viable (PMV). A partir de la primera iteración de PMV, con la marca de prueba Confía versión 1, se pudo validar el interés del 75 % de los 170 empresarios participantes y se estimó un mercado objetivo de

238.000 empresas formales en Colombia, a alcanzar en los primeros cinco años, ingresos alrededor de los \$74.500 millones, una inversión de \$3.900 millones para su implementación y un payback a esta inversión de 5.5 años. Con estos resultados, se emprendió a continuación el diseño de un PMV funcional que habilitara la capa gratuita de la solución previo a la decisión de compra. Como resultado de esta segunda iteración, 54.082 personas interactuaron con la plataforma y realizaron 1.544 búsquedas de información de empresas de su interés. Según estos aprendizajes, bajo un escenario conservador, se estimó un mercado objetivo en 264.000 empresas (SOM), un potencial económico de \$36.000 millones en ingresos para el quinto año de operación y una recuperación de la inversión en el cuarto año.

4. EVOLUCIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE

La CCB durante el 2022 dedicó gran parte de su esfuerzo a ser una Entidad enfocada en el cliente, que permita ofrecer una experiencia de servicio orientada a facilitar el acceso y la comunicación, la reducción de esfuerzos en el acceso a servicios y en la simplificación de las interacciones.

4.1 Rediseño Portal WEB

En esta vigencia se logró avanzar en un 74% con la implementación del nuevo portal, desplegando en producción el mínimo producto viable con las secciones principales del portal e integrando herramientas como CRM, OnBase, Chat, WhatsApp, Sirep, entre otras. Esto permitió estabilizar la infraestructura de producción y realizar pruebas de vulnerabilidad a esta y al código, con el fin de garantizar el mejor performance de nuestro sitio con estándares de seguridad. También avanzamos en la contracción de contenidos, el desarrollo de la zona privada para clientes logueados con MAUC y la creación de un back office que completan las funcionalidades del portal.

4.2 Proyecto Transformación e innovación en torno al Cliente (Proyecto Conexión)

Con el objetivo de fortalecer la relación de los empresarios con la Entidad en sus diferentes interacciones, antes, durante y después, que buscan a la Cámara de Comercio de Bogotá para lograr sus sueños, crear y fortalecer sus negocios, generando lealtad con la marca y experiencias memorables tanto en las iniciativas propuestas como los nuevos cambios que surjan en el ámbito del proyecto se implementarán en las diferentes líneas responsables así: Modelo de atención, cono, Transformación cultural y experiencia del colaborador, Comunicación y Marca, Tecnología y Propuesta de valor y portafolio.

Los principales resultados que se generaron desde las células conformadas fueron:

- Se transformó la medición de la experiencia del cliente implementando el nuevo modelo de medición de voz NPS (Net Promote Score) que complementa la medición con indicadores de satisfacción y esfuerzo
- Se construyó la segmentación de clientes basada en las etapas de crecimiento empresarial
- Se construyó la segmentación de clientes basada en las etapas de crecimiento empresarial.
- Depuración del 37% del portafolio, pasando de 1070 servicios a 673
- Rediseño de la guía de SAS, Inscripción de libros, ESAL y RUP
- Diseño de la sección de canales de atención en la página web
- Fortalecimiento y explotación de CRM
- El rediseño del modelo de competencias y liderazgo alineados a la visión de experiencia de cliente, se construyó el viaje del colaborador (employee journey map)

4.3 Modelo de Autenticación Única de Clientes – MAUC

Finalizó cumpliendo su objetivo de integrar 23 aplicaciones bajo un mismo esquema de autenticación que permite a nuestro cliente final ingresar a todas sus consultas a través de un único usuario. En dicha integración se vincularon tecnológicamente aplicaciones como: página web, inscripción de documentos, inscripción de libros electrónicos, certificados de clientes del Círculo de Afiliados, matrícula de persona natural y establecimiento de comercio, mutaciones, CAC entre otras.

4.4 Gestión y desarrollo de la Experiencia Digital

Se obtuvieron 540.054 interacciones, evidencia una disminución del -6,41% en interacciones para el año 2022. Los canales digitales evolucionaron las asesorías virtuales alcanzando 5.482, donde los principales servicios brindados fueron: Creación de Empresa, legal y trámites jurídicos, Registro único de Proponente, temáticas de Fortalecimiento Empresarial, devolución de documentos, alquiler de espacios para eventos, venta de bases de datos, entre otros. De otra parte, se recibieron 53.784 expedientes a través la página web y 248.587 interacciones de tráfico en el canal telefónico, presentó una disminución de 31,6%.

4.5 Prestación Canal Presencial y Operaciones

Este año se atendieron 569.746 clientes únicos (45% son empresas CCB) a través de los canales de atención. Así mismo, las sedes consiguieron un resultado en los estándares de servicio definidos en tiempos de espera del 96% y atención del 91%. También, se implementó la estrategia de masificación del servicio de agendamiento de citas en más de 44.708 clientes y logramos referir y gestionar desde sedes y cámara móvil a más de 23.807 clientes únicos potenciales a las diferentes iniciativas de la Entidad.

En cuanto a cámaras móviles y ferias regionales, se realizaron más de 318 jornadas móviles, de las cuales 287 jornadas cubrieron los 59 municipios de la jurisdicción y 31 jornadas algunas localidades de Bogotá (Suba, Engativá, Puente Aranda y Fontibón), lo que representa un 15% más que el año anterior, en las cuales se atendieron a más de 12.835 empresarios de Cundinamarca, aumentando la cobertura en la región por encima del 38%. Durante el IV Trimestre se realizaron 51 jornadas atendiendo a 3.528 empresarios. Adicionalmente, se llevaron a cabo 7 eventos en los municipios de Ubaté, Soacha, Tabio, Fómeque, Tocancipá, Gachetá y Cajicá, con más de 2.699 contactos, en las que en articulación con las distintas alcaldías municipales se brindó una oferta académica y de servicios alineada con las diferentes temáticas en el ámbito empresarial y de formalización; así como, gastronómica, turística e industrial. En estos eventos se destacó EXPOXUA en el municipio de Soacha con una participación de más de 1.347 asistentes, que impulsó el emprendimiento y la empleabilidad.

La mesa de canales atendió más de 19.550 solicitudes provenientes de las diferentes áreas. La volumetría de solicitudes se incrementó un 63% con respecto al año anterior principalmente por las incidencias en los servicios de Inscripción de documentos (32%), Autenticación de MAUC (28%), Certificados (19%), Matrículas (12%) y Mutaciones (9%).

4.6 Gestión de conocimiento, relacionamiento y servicio al cliente

Transformamos nuestra metodología de medición de satisfacción del cliente pasando de un modelo ISC a un modelo VOC (Voz del Cliente), con miras a identificar mejoras más profundas que nos permitan dar el mejor servicio al empresario. De otra parte, se hizo la definición de Tribu CRM Re.volucion para que el CRM evolucione desde sus módulos de Mercadeo y Ventas, Cliente y Prestación; con el objetivo

de consolidarlo como el front interno de servicio y comercial de la Cámara. De otro lado, en cuanto a Sugerencias, quejas, peticiones y felicitaciones, se recibieron 39.385 casos, disminuyendo 15% frente al año 2021 en el cual se recibieron 46.550 casos. (74% contáctenos, 14% felicitaciones, 8% peticiones y 4% de Quejas reclamos y sugerencias).

5. FIDELIZACIÓN DE AFILIADOS Y ELECCIONES JUNTA Y REVISOR FISCAL

Este énfasis tiene el propósito de fortalecer el servicio y la relación con los Afiliados a través de la generación de un portafolio de beneficios diferenciales y pertinentes, logrando su fidelización y nuevas vinculaciones.

5.1 Servicios diferenciales de acuerdo con el segmento al que pertenecen

En cuanto al portafolio de beneficios, el Círculo de Afiliados contó con más de 28 beneficios basados en las necesidades identificadas (ventas, financiera, clientes, comercial, entre otras). Por otra parte, se realizó la actualización de datos con la implementación de la campaña “Afiliados Asunto de Todos” para fortalecer la relación con nuestro cliente VIP, recordar beneficios y actualizar datos de contacto. Resultado: Resultado: 861 respuestas, 81% contactos efectivos (694) y 19% no efectivos (167). De estos, se logró la actualización o confirmación de datos de 33 empresas. De manera adicional, el Reglamento de Afiliados fue aprobado por la Superintendencia de Industria y Comercio mediante Resolución No. 83834 del 29 de diciembre de 2021 y se presentó a la Junta Directiva para su conocimiento y aprobación final.

5.2 Elecciones de Junta Directiva

La elección de la Junta Directiva constituye el evento democrático más relevante del sector empresarial. En 2022 se garantizó la confiabilidad, transparencia, seguridad e integridad de las elecciones, cuyo proceso se desarrolló sin impugnaciones. Con un total de 1.247 votos, los empresarios eligieron a los nuevos miembros de la Junta Directiva por un período de cuatro años, que inicia en el mes de enero de 2023. La Junta está integrada por doce (12) miembros principales con sus respectivos suplentes, de los cuales ocho (8) son elegidos por los comerciantes y cuatro (4) son delegados por el Gobierno Nacional. Dentro de los resultados más relevantes están:

- Sesiones de la Comisión de Elecciones, con 14 directivos delegados por el presidente
- Mecanismo electrónico de votación propio, ajustado y con cumplimiento de exigencias de ley
- Depuración del censo electoral conforme a Ley 1727 y Superintendencia de Sociedades
- 15 listas inscritas con 146 empresas candidatas (principal y suplente)
- 10 recintos electorales, 34 mesas de votación, 118 jurados y 130 colaboradores CCB
- 59 testigos electorales: 49 para JD y 10 para RF (nueva estrategia en 2022)
- Visitas de la Superintendencia de Sociedades, Auditoría PRICEWATERHOUSECOOPERS
- 6.971 empresarios afiliados conformaron el censo electoral, de los cuales 1.247 votaron (18%)
- Resultados elección de Revisor Fiscal: KMPG SAS y elección de Junta Directiva

Principal	Suplente
NEWSSEN S.A.S	MENTE INDEPENDIENTE SAS
ILUMINACIONES DEL ALTO MAGDALENA S.A.	CONCEPTO JURIDICO Y EMPRESARIAL SAS
SOCIEDAD G & G SAS	ESTRATEGIAS COMERCIALES Y DE MERCADERO S.A.
INVERLAR COLOMBIA SAS	ABC STORAGE SAS
PROMOTORA DE INVERSIONES TRIPLE A SAS NIT 900334545	LÖSLING SAS
PRECIADO ABOGADOS SAS	EXPRESO VIAJES Y TURISMO EXPRESO SAS
ASESORIAS NEGOCIOS Y SERVICIOS S.A.	KAVERI SAS
MEALS DE COLOMBIA SAS	ART BOOKS EDICIONES SAS

ARTICULACIÓN CON FILIALES

Reconociendo la importancia de articular los esfuerzos entre la Cámara y sus Filiales, aprovechando todo su potencial y esfuerzo garantizando la prestación de los servicios y beneficios a los empresarios de Bogotá Región. Se plantearon los siguientes indicadores:

INDICADOR	META 2022	RESULTADO 2022	% CUMPLIMIENTO
Alineación propósito y futuro de Filiales	100%	100%	100%
Planeación y gestión Financiera	100%	113%	113%
Gestión del Gobierno Corporativo	100%	100%	100%
Ejecución plan de trabajo hallazgos y recomendaciones - Cierres	60%	50%	83%
Identificación de hallazgos y recomendaciones - Definición plan de trabajo	100%	100%	100%

1. Gobierno Corporativo

Durante el año 2022 se mantuvo la participación de los representantes de la CCB en las Juntas Directivas de la Filiales y en el Consejo Superior Universitario (CSU) de Uniempresarial. Se realizó capacitación a los miembros de los Comités de Buen Gobierno, Riesgos y Auditoría de las Filiales, con la firma Deloitte, con una excelente calificación de los asistentes.

2. Gestión Estratégica y Financiera

Conforme a las directrices impartidas por el la Junta Directiva, y con el acompañamiento del Comité de Filiales, durante el 2022 la Cámara a través de su Dirección de Filiales, con el apoyo de otras áreas como Planeación, Contabilidad, Financiera, Contraloría Interna adelantaron el proyecto de Alineación Estratégica entre la CCB y sus Filiales, con el objeto de avanzar en la identificación y solución de hallazgos y recomendaciones que permitieran una mejor gestión financiera, administrativa y operativa; asimismo en identificar y validar los propósitos, actividades y portafolio de servicios de las filiales de tal suerte que se alinearan con el propósito de la Entidad y sus actividades, buscando obtener una mayor eficiencia administrativa, un mayor impacto social y una mejor comunicación respecto de lo que la Cámara y sus filiales ejecutan en el día a día en favor de la comunidad bogotana y de la región. Para lograr la identificación mencionada se contrató a la firma PricewaterhouseCoopers (PwC) la cual realizó el estudio, evaluación y diseño de propuesta de alineación para la articulación efectiva de la CCB y sus Filiales en el marco de la planeación estratégica que debe adelantar cada Filial y la cual se espera se realice en 2023 para las filiales y para la Cámara, proceso cuyos costos serán asumidos por la Entidad.

A su turno, a través de la firma Ernst & Young (EY) se realizó la evaluación por filial del nivel de maduración del Sistema de Control Interno, y se emitieron las recomendaciones para cada Filial según las fortalezas y oportunidades de mejora identificadas, tema al que de manera permanente se le hizo seguimiento en el Comité de Filiales y también se expuso en el Comité de Buen Gobierno Riesgos y Auditoría de la CCB.

De la misma manera y con el fin de facilitar la presentación respecto de la evolución financiera y estratégica de las filiales, se estandarizó el informe de Taxonomía Filiales a la alta Dirección de la

Entidad, a través del cual se realiza el seguimiento al desempeño financiero (metas, posición financiera y liquidez), retos estratégicos y asuntos críticos de las Filiales.

3. Sinergias CCB- Filiales

La CCB viene realizando acompañamiento y seguimiento a la evolución de la operación del Outsourcing Contable y de Nómina a cargo de Crowe Colombia, para cinco Filiales (Certicámara, Corparques, Uniempresarial, CAEM, Invest in Bogotá), lo que permitió mejorar el proceso de consolidación contable CCB Filiales y alivianar los procesos internos de las Filiales.

SERVICIOS PRIVADOS Y NUEVOS NEGOCIOS

Con el fin de gestionar y aumentar la capacidad de generar ingresos y negocios privados que garanticen la supervivencia de la Cámara. Se han hecho esfuerzos para mejorar los servicios de información comercial y crear otros nuevos que generen beneficios a los empresarios e ingresos a la Entidad, también se realizan nuevos eventos, convenios y alianzas para alcanzar las metas propuestas.

INDICADOR	META 2022	RESULTADO 2022	% CUMPLIMIENTO
Ingresos Privados	\$ 31.776	\$ 26.508	83%
EBITDA Servicios Privados CCB	\$ 7.804	\$5.830	75%
Margen EBITDA Servicios Privados CCB	24%	22%	90%
Ingresos generados por los nuevos modelos de negocio	\$ 848	0,00	0%
Nuevos modelos de negocio implementados	2	0	0%
Nuevos modelos de negocio estructurados	5	4	20%

Cifras \$ en millones de pesos

1. SERVICIOS PRIVADOS

En materia de Arbitraje y Conciliación se busca contribuir de forma activa en la solución pacífica de conflictos con mecanismos alternativos, con el fin de que las personas tanto jurídicas como naturales, cuenten con una herramienta efectiva para la solución de sus conflictos. En esta vigencia se radicaron 434 demandas. 306 de arbitraje nacional, 109 de nominación de árbitros y 19 de arbitraje social.

Con las Universidades del Rosario, los Andes y el Bosque se han desarrollado alianzas que buscan promover la orientación y capacitación de los estudiantes de los consultorios jurídicos en cuanto a la aplicación del arbitraje social. Así mismo, se consolidó la alianza con la Red Juvenil de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Bogotá y se celebró el evento “Tools for Arbitration” con la Universidad Sergio Arboleda.

Amigable Composición

Se recibieron 39 solicitudes de amigable composición y se renovaron los acuerdos con: la Agencia Nacional de Infraestructura – ANI y el Instituto de Desarrollo Urbano – IDU.

Peritaje

Se recibieron 3 solicitudes y se llevó a cabo la revisión de la lista de peritos del Centro. Este es un servicio cuya prestación fue excluida del portafolio del CAC.

Arbitraje Internacional

Se tramitaron casos del sector Energético; Asegurador; Entretenimiento; Hidrocarburos; Industrias para la construcción; Alimentos; y Portuario y Transporte aéreo; con partes provenientes de las siguientes jurisdicciones: Isla de Jersey; Bermuda (Territorio Británico de Ultramar); Islas Vírgenes Británicas; Estados Unidos Mexicanos; Estados Unidos de América; Reino de España; Reino Unido; Canadá; República de Colombia; República de Costa Rica; República de Chile; República de Seychelles; República de Panamá y República de Perú. En temas de promoción y de posicionamiento se realizó:

- Expropiaciones indirectas de inversiones extranjeras: actualidad y perspectivas
- Publicación | Orden Procesal 1 (Revista ARBITRIO)
- Ejecución de Laudos Arbitrales - Colombia: Normativa y Jurisprudencia
- Misión Institucional | Ecuador
- Revisión de laudos arbitrales de inversión (Universidad Finis Terrae)
- Todo lo que necesita saber sobre el arbitraje internacional bajo las reglas UNCITRAL
- Experiencia CCB con entidades estatales
- Del futuro para el futuro: conversaciones sobre arbitraje internacional
- Congreso de Arbitraje Nacional e Internacional
- El papel de las instituciones arbitrales en el comercio internacional (a propósito del comercio entre países latinoamericanos, la Unión Europea y un mundo cambiante)
- International Arbitration and Latin America: Recent Trends and Future

Conciliación en derecho

Fueron recibidas 4.794 solicitudes de conciliación, de las cuales 1.448 eran de trámite ordinario, 3.042 de convenios, 82 de acuerdos de apoyo y directivas anticipadas para personas con discapacidad y 222 que correspondían a jornada gratuita. Se realizaron 8.948 audiencias virtuales y 270 presenciales garantizando la continuidad y eficiencia en la prestación de los servicios de conciliación en derecho para la resolución de conflictos.

Como parte de las actividades de responsabilidad social, se realizó la segunda jornada gratuita de conciliación en el marco de la Conciliación Nacional liderada por el Ministerio de Justicia y del Derecho el 14, 15 y 16 de septiembre, en la que se atendieron 120 solicitudes de empresarios, comerciantes y población vulnerable de Bogotá y la región. Adicionalmente, se evaluaron 35 estudiantes que cursaron el diplomado de conciliación en derecho.

En alianza con el Instituto Colombiano de Derecho Procesal, se realizó el foro virtual sobre el Nuevo Estatuto de Conciliación, Ley 2220 de 2022, con la participación de expertos en la materia. De otra parte, se realizó el Concurso de Conciliación en Derecho y Mediación con la participación de ocho universidades del país: Universidad Cooperativa de Colombia, Pontificia Universidad Javeriana Cali, Universidad Santo Tomás, Universidad Externado de Colombia, Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, Fundación Universitaria San Martín y la Universidad Sergio Arboleda.

Garantías mobiliarias

El Centro recibió de manera masiva solicitudes de ejecución especial radicadas por parte del Banco Davivienda, las cuales se encuentran en trámite y algunas han sido desistidas. Con corte al 31 de diciembre de 2022, ingresaron 559 casos, de los cuales 377 casos fueron desistidos, 180 se encuentran en estado de revisión y 2 en proceso.

Insolvencia de persona natural no comerciante

En 2022 se realizaron 145 orientaciones e ingresaron 17 casos.

Gestión del Conocimiento

Dentro de las actividades tendientes a posicionar la marca “Centro de Arbitraje y Conciliación” se

enmarcan en tres acciones: 1. Prensa, con la redacción y publicación de seis columnas en ámbito jurídico, en cuanto a generación de contenido se generó la difusión de ocho capsulas de conocimiento. 2. Investigaciones de mercado: análisis sobre el comportamiento de demandas en arbitraje nacional e internacional 3. Publicaciones: Las revistas Arbitrio y Conciliemos han sido leídas en Egipto, Sudán y Australia. De otra parte, se elaboraron 12 notas de prensa, se realizó la planeación, edición y difusión de 5 revistas. 2 números de Arbitrio, 2 números de Conciliemos y 1 número de Convive; se lanzó el programa “Solving Questions, cápsulas de conocimiento en MRC”. En el año 8 solving publicados y 3 en proceso de edición; se organizó el evento “mujeres que resuelven conflictos” y recibió una felicitación por parte de Google por tener 30K clics.

Comercialización

Durante este periodo, se generó sensibilización de marca y difusión de nuestros servicios a más de 2.478 personas entre empresarios, emprendedores y público en general a nivel multisectorial. Se realizaron campañas de promoción, socialización y comercialización del portafolio del CAC, en más de 24 eventos entre ferias empresariales, foros, lanzamientos, congresos entre otros. Sobre las campañas de difusión y promoción de eventos e información, se realizaron 34 campañas la cual tuvo un alcance a más de 61 mil registros de empresarios a nivel multisectorial, para propiciar generación de valor y extenderles el portafolio del CAC. En ella encontramos algunos como Concurso de Conciliación, Primera sesión de Litigio estratégico en MRC: fusiones y adquisiciones, Solving Questions, conversatorios entre otros.

FORMACIÓN MASC

Se realizaron dos diplomados en alianza con el Centro de Arbitraje, Conciliación y Amigable composición de la Cámara de Comercio de Santa Marta, también se efectuaron 13 programas relacionados con los MASCS en Alianza con la Gerencia de Formación Empresarial.

Formación Empresarial

Se trabajó en una mayor articulación del portafolio existente entre programas, para hacer una oferta relacionada y complementaria. Se ofertaron 133 temáticas de formación sincrónica (online), donde el 63% estaba conformado por temas en estrategia, legal y normativo, y solución de controversias, el 27% de los títulos son nuevos. De otro lado y para robustecer la oferta de formación y la incursión en nuevos mercados, se estructuraron temas junto con aliados que incluyen a Connecting Compliance, para el desarrollo del Programa Internacional Compliance, Legis, con quienes se estructuró 2 seminarios asociados a la normatividad del e-commerce y la gestión de criptomonedas.

Nueva metodología de formación

Se estableció el modelo de formación denominada CAVA, por sus 4 momentos de aprendizaje: Contextualización, Adaptación, Vivencia, y Aplicación, el programa cuenta con 9 participantes. De manera adicional, se realizaron 2 sesiones de capacitación a 79 consultores de la CCB con el fin de poner en marcha la nueva metodología de formación.

Marketing y gestión comercial

El trabajo desarrollado buscó el diseño e implementación de nuevas estrategias que permiten la consideración de marca (awareness) de Educación Continua, así como la generación de oportunidades/clientes potenciales (performance) para cada uno de los programas online y el

portafolio virtual. A su vez, la estrategia de posicionamiento 360 de Educación Continua se basó en endomarketing, marketing orgánico y marketing relacional.

Operaciones y servicio al cliente

Dentro de estrategias planteadas respecto a la satisfacción del cliente, se pueden observar: la atención virtual, los formularios para medir la experiencia y los colaboradores vinculados en el rol de monitor. La calificación obtenida fue 90,57%, resultado por encima del promedio CCB del 2021. En relación con el comportamiento de los índices para los servicios, durante el año, se alcanza en los programas abiertos online: 92.34; en formación a la medida: 91.88 y para los virtuales 80.63.

Proyecto de integración y automatización de gestión de portafolio, marketing comercial, y prestación de servicios

Bajo este proyecto se busca la generación de valor a los procesos para el cumplimiento de las metas y resultados proyectados, bajo tres grandes fases: 1. Articulación del portafolio de la GFE con el portafolio CCB (integración CRM con página web); 2. Integración de la gestión de marketing y la gestión comercial al CRM de la CCB; y 3. Integración del CRM con la plataforma de formación.

Información Comercial

Durante el periodo, estas líneas de servicios generaron \$5.885 millones de pesos, 11.4% más que en el año 2021 y atendieron a 676 empresas pertenecientes a los sectores de telecomunicaciones, financiero, servicios e industria, así como pequeñas y medianas empresas, siendo estas últimas más del 75% de total de clientes. Igualmente, y con el ánimo de fortalecer el esquema de comercialización de la línea, se especializó la fuerza comercial bajo el modelo de Cazadores, Granjeros y Fidelizadores para la atención eficiente de los diferentes segmentos de clientes. Además, se renovaron los contratos de adquisición y actualización de las bases de datos de las principales cámaras de comercio: Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga y de 20 cámaras más y de las listas de riesgo para la prevención del lavado de activos y financiación del terrorismo.

2. NUEVOS NEGOCIOS

Información 2.0

Esta iniciativa contempla la modernización y evolución del negocio de venta de información empresarial que actualmente tiene la Entidad y el servicio de georreferenciación con valor agregado; a continuación, se detallan los resultados por cada uno de estos frentes de trabajo.

Modernización del servicio de venta de información empresarial; el DataStoreCCB será el gran canal de comercialización de servicios empresariales a partir de data; en 2022, se construyeron tres prototipos enfocados en la evolución de servicios actuales, así como dos PMVs asociado a la plataforma DataStoreCCB.

Servicio de georreferenciación con valor agregado; este servicio consiste en una plataforma enfocada en ayudar al empresario a conocer sus clientes, entender mejor su mercado y compararse con su competencia, soportado en información georreferenciada.

Financiamiento Integral - 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 orientada a validar hipótesis asociadas con las barreras y palancas para masificar el Factoring social y lograr un mayor entendimiento del rol de la CCB como articulador e integrador del ecosistema. Frente al esfuerzo que se ha adelantado en conjunto con aliados estratégicos como Colfimax Factoring S.A., empresa Fintech habilitada por la DIAN dentro del Sistema de Negociación de Facturas Electrónicas y el Banco de Bogotá en el rol de Factor, se suspendió el ejercicio relacionado con el estudio de documentos y la habilitación para la compra de facturas debido a que el factor, Banco de Bogotá, se focalizó en los desarrollos requeridos por la DIAN como parte de la integración al RADIAN.

Exploración de otras oportunidades de negocio

Con el apoyo de la firma Ernst&Young se logró la conceptualización y plan de acción para las 5 iniciativas que fueron priorizadas. Estas corresponden a: Evolución del negocio de formación empresarial cerrada (Sabico): Solución digital, integral y personalizada de planes de formación del talento humano de las Mipymes, Financiamiento integral, Tinder empresarial, Comercio circular, Toolkit empresarial, se analizó y se priorizó la inclusión en la fábrica de validación, contrato adjudicado a la empresa Estratek, el cual tiene como objeto el desarrollo de las etapas de prototipado y producto mínimo viable, que permitirán diseñar y validar con cliente, testeando si suple la necesidad identificada y si el mercado reacciona positivamente hasta lograr la intención de compra, confirmando al final el problem – solution fit y el product – market fit.

Educación continuada a la medida

Esta iniciativa consiste en un servicio personalizado para el desarrollo y capacitación del talento de las organizaciones. Allí, los usuarios pueden adquirir la solución a través de 3 servicios que ofrece la plataforma: una capa gratuita que ofrece un diagnóstico del estado actual del talento humano de la organización, frente las necesidades actuales. En 2022 se realizaron 2 prototipos, el primero bajo la marca de prueba “Sabico” con el propósito de identificar al cliente potencial, estimar el mercado potencial y el posible esquema de monetización. Se construyó un segundo prototipo bajo la marca de prueba StudiCo, para validar el grado de aceptación de la propuesta de valor ajustada a través de una plataforma digital que ofrece servicios de formación personalizados con una herramienta de diagnóstico de la empresa y colaboradores y se identificó que el segmento inicial, microempresarios, no conectó con la adquisición de la solución tecnológica y se debe iterar nuevamente con un PMV que permita identificar el segmento de la solución y validar la propuesta de valor y sus funcionalidades. Finalmente, se dio paso a la contratación del proveedor que ofrece todos los componentes del modelo (diagnósticos, programas virtuales, estructuración de rutas, comunidad, posibilidad de cargar la GFE y todo en una misma plataforma) y se cierra fase de estructuración.

SOLUCIÓN Y OPERACIÓN DE EVENTOS

Los ingresos por alquiler de espacios son de \$1.305 millones. Así mismo, se realizaron 788 alquiler de espacios y 2.969 gestión interna. En cuanto al apoyo a los eventos virtuales se gestionaron 2.406 aperturas a talleres, 578 aperturas a webinar, 411 híbridos y 5.258 cargues de bases de datos.

ACTIVIDADES TRANSVERSALES

Es de vital importancia integrar estratégicamente y operativamente los servicios transversales para facilitar el cumplimiento de los objetivos de la Entidad.

1. SEGUIMIENTO FINANCIERO Y ADMINISTRATIVO

Se realizaron mantenimientos a la infraestructura física, en los aires acondicionados, mantenimiento de parqueaderos, impermeabilización de cubiertas, se suscribió el contrato de arrendamiento de los locales donde entró en funcionamiento en noviembre de 2022 la nueva sede de Chía, el contrato para el diseño, adecuación y amoblamiento de esta sede, así como también se suscribió el contrato de interventoría para este proyecto. Asimismo, se realizó la compra y adecuación de dos (2) automóviles tipo Van, para complementar el servicio de Cámara Móvil que presta la CCB en los municipios de su Jurisdicción.

Gestión Contable y Financiera

Dentro de las principales actividades desarrolladas tenemos: aprobación de la Junta Directiva de los EEFF separados y consolidados, cumplimiento de la meta de ingresos del portafolio, renovación de las pólizas de seguros, mantenimiento las coberturas del 2021, eliminación de los hallazgos de carácter fiscal de las vigencias 2019 y 2020, estructuración de la propuesta Uniempresarial – Aliado Estratégico, presentación información exógena nacional, distrital y declaración de ingresos y patrimonio 2021 e implementación del documento soporte para los no obligados a facturar - resolución 167 de la DIAN.

De otra parte, se hizo la Implementación de la plataforma tecnológica para la Recepción de la Facturación Electrónica, facilitando su recibo automático, tener la trazabilidad y distribución de las facturas para su trámite al interior de la Cámara y dar cumplimiento a los acuses de recibo exigidos en la resolución 0085 de abril 8 de 2022 de la DIAN y la implementación de plan mejoramiento en el proceso de devoluciones a clientes, definiendo un procedimiento ágil y expedito del mismo.

2. GESTIÓN DE PLANEACIÓN

La Entidad continuó haciendo seguimiento al avance de la estrategia, la ejecución presupuestal por cada uno de los focos estratégicos a través del tablero de control. En relación con el plan para el mantenimiento y mejora del sistema de gestión de calidad bajo los estándares ISO 9001:2015 se logró un avance acumulado del 100%. Adicionalmente, se llevó a cabo la auditoría externa de renovación por parte del ICONTEC con resultados positivos, el equipo auditor recomienda mantener el certificado de calidad para la Entidad por un periodo de 3 años.

En cuanto a Protección de Datos Personales se atendieron las consultas, conceptos y/o asesorías en la materia, la elaboración y/o validación de avisos de privacidad, contratos de transferencia, transmisión y/o términos y condiciones. Se realizó la actualización anual de 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 segundo semestre del 2021 conforme a lo exigido por la legislación.

Además, se continúa con la implementación de los ajustes necesarios a la sección de ley de transparencia y la página web de la CCB para dar cumplimiento a la resolución 1519. En relación con gestión de proyectos, se ofreció asesoría, acompañamiento y seguimiento a 15 proyectos, 10 de los cuales se aprobaron para apalancar el logro de focalización estratégica y 5 de carácter operativo para apoyar la ejecución de los programas de la CCB. Al cierre del año se encuentran 1 proyecto en planeación, 10 en ejecución, 4 en cierre metodológico y 1 proyecto finalizó su ejecución y se cerró.

3. ASUNTOS CORPORATIVOS

La Gerencia asumió retos importantes encaminados a la consolidación de la gestión de mercadeo y publicidad, así como de comunidades y eventos. Para esto, ha consolidado 3 frentes: el mercadeo relacional, para optimizar la operación de emarketing y los planes de automatización desde el CRM; mercadeo digital, desde el cual se lidera la gestión de portales y redes sociales, teniendo como principal reto la implementación del nuevo portal web.

Frente a eventos se apoyó a la comunidad de Conducta Empresarial responsable, se consolidó la Comunidad de presidentes, se realizó la Feria Conexión y como acción principal se realizó el primer evento de la gerencia, un evento de reconocimiento a empresarios y empresarias en el cual se reforzó la reivindicación del empresariado, mediante historias reales del impacto que la CCB ha generado en la evolución del sector privado. El evento contó con una convocatoria de más de 170 asistentes. Así mismo, se hizo el reconocimiento a empresarios “agradecer nos engrandece” evento en el que más de 1.000 emprendedores y empresarios de Bogotá y la región se reunieron para reconocer su dedicación y esfuerzo constante al generar nuevas oportunidades y seguir siendo el motor que mueve la economía. La campaña Podcast Soy Empresario se posiciona como un espacio de experiencias exitosas; sus 17 episodios.

3.1 Comunicaciones Internas

En medios internos, las 48 ediciones del boletín Nuestro ADN registraron un promedio de apertura del 58.7%; en Cámaratv se difundieron 308 spots, se enviaron 58 comunicados por correo electrónico; en Yammer se divulgaron 275 publicaciones. Icámara continuó siendo un canal de trabajo y consulta de la actualidad CCB, con 362 noticias publicadas. Se dio continuidad a la iniciativa CCB AL AIRE, realizando 5 emisiones con una conexión de 722 personas en promedio.

3.2 Comunicaciones Externas

En el frente de relacionamiento y gestión con medios se lograron 11.540 registros, lo que significa un crecimiento de 1,4 % frente al año anterior (11.380). Del total de los registros, 9.470 fueron positivos (81.7 %), 2.052 neutros (17.7 %) y 58 notas negativas (0,6 %). Con respecto a la gestión de alianzas con medios, se han realizado un total de 23, entre ellas, CaracolTv, RCNTV, Casa Editorial El Tiempo.

En cuanto a mercadeo digital el portal CCB presentó mejoras en los indicadores de tasa rebote (-20 %) y en duración media de las visitas (19 %). Adicionalmente, hubo un incremento significativo en el tráfico asociado desde Twitter (160 %), comparado con 2021. Así mismo, los resultados basados en sesiones (visitas) en portales, los servicios en línea crecieron el 12,2 %, Bazzarbog el 33,48 %, Bogotá Fashion Week - BFW un 156 %, Bogotá Madrid Fusión - BMF un 14,7 %, mientras que el Bogotá Music Market - BOMM decreció un 11,9 % y ARTBO tuvo un 12,9 %.

Por otra parte, en Mercadeo digital (redes sociales), las comunidades se incrementaron en un 10% en general el número de seguidores sumando todas nuestras redes sociales respecto al año 2021, siendo Instagram la de mayor crecimiento (36%), seguido de LinkedIn con el 16%, Twitter con un 5% y por último Facebook que solo creció un 3%. En cuanto a Mercadeo digital (web) hubo una disminución de 8.7% en el número de visitas en el sitio web de la página de la Cámara, esto es resultado de un año postpandemia donde los niveles de alcance se normalizan paulatinamente, sin embargo, si comparamos con 2019, el resultado es positivo ya que hay un aumento de 19% pasando de 7.799 a más de 11.700 millones de visitas.

En cuanto a diseño y publicidad, se ejecutaron 97 campañas publicidad y de marketing digital logrando más de 8 millones de clics a nuestros portales webs, más de 200 mil millones de impresiones y 15 millones de visualizaciones a nuestros videos. En cuanto mercadeo relacional, hubo un aumento significativo de la tasa de apertura de correos electrónicos pasando del 16% (2021) al 25%. El número de correos enviados paso de 14 millones a más 19 millones, lo que representa que los contenidos están siendo más relevantes y se segmentan los clientes de una manera más oportuna.

3.3 Gestión de Alianzas y Patrocinios

En el desarrollo de las acciones comerciales se contactaron las marcas aliadas y participantes de años anteriores en las actividades adelantadas en el marco de cada una de las plataformas y eventos de la Entidad. Adicionalmente, se trabajó en la consecución de nuevas marcas potenciales, obteniendo como resultado 58 empresas y de éstas 16 fueron marcas nuevas. Como resultado de la gestión comercial de Alianzas y Patrocinios realizada durante el presente año se logró un valor total de \$4.424.236.049 de los cuales COP \$958.047.894 corresponden a patrocinios en efectivo, COP \$281.813.744 en canje y COP \$3.184.374.411 en ahorro, lo que representa un cumplimiento de 190% del presupuesto total 2022.

4. PROGRAMA JURÍDICO, CONTRACTUAL Y DE ASESORÍA

4.1 Soporte Jurídico Corporativo

En cuanto a la representación judicial, se ha ejercido en 36 procesos de los cuales 11 corresponden a demandas incoadas por la CCB, 1 incidente de oposición y 24 a litigios en contra de la Entidad. En este periodo se profirió en primera instancia un fallo parcialmente favorable a nuestros intereses en la Acción de Nulidad y Restablecimiento del Derecho promovida en contra de la UGPP, y un fallo favorable en única instancia en el marco de la Acción de Nulidad y Restablecimiento del Derecho promovida en contra de la Cámara por la sociedad Frigorífico San Martín de Porres. Así mismo, se terminó por conciliación un proceso laboral incoado en contra de la Entidad por el Sr. José Antonio Huyó.

Finalmente, se informa que el Consejo de Estado profirió sentencia de segunda instancia favorable para los intereses de la CCB en el marco del proceso de Reparación Directa (2001-169) promovido por Frosst Laboratories Inc, Merck & Co. Inc. y Merck Frosst Canadá Inc. contra la CCB - CAC y la Nación - Rama Judicial por los perjuicios ocasionados, al haber asumido la competencia del tribunal de arbitramento cuando la cláusula compromisoria contractual establecía otro tribunal competente.

De otra parte, se mantiene la participación en la Comisión de Derecho y Prácticas Mercantiles del Comité Nacional de la ICC, la cual viene trabajando 3 proyectos de ley: (1) el Proyecto de Ley ESAL será

unificado con el proyecto de Inspección, Vigilancia y Control de ESAL (2) el Proyecto de Ley de Franquicias, (3) el Proyecto de Ley sobre el derecho aplicable a las obligaciones civiles y comerciales.

4.2 Tu contrato es mi pasión

Con el objetivo de buscar eficiencias y mejoras en el proceso de contratación, en lo corrido del año se crearon 1.013 contratos (615 con recursos de origen público y 398 con recursos de origen privado). Fueron elaboradas 421 actas de modificación a contrataciones en curso y 481 actas de liquidación. Se adelantaron 51 sesiones del comité asesor de contratación, en las cuales se trataron 445 temas; se adelantaron 67 convocatorias de las cuales 45 fueron privadas y 22 públicas.

4.3 Certificar la costumbre mercantil

Realizamos el primer comité de costumbre mercantil con la participación de destacados docentes de las Universidades: Nacional de Colombia, Andes y Sergio Arboleda. Adicionalmente, se realizaron 4 comités de costumbre mercantil con los finalistas del concurso celebrado en el 2021, así mismo se contó con la participación de un experto de la Superintendencia Financiera para el estudio de la costumbre sobre los estándares PCI-DSS, así como también con la participación de los miembros del comité de la Universidad Nacional, Sergio Arboleda, La Sabana, Los Andes, Externado de Colombia y Rosario y para finalizar se realizó el segundo Concurso de Investigación sobre Costumbre Mercantil, en el que se inscribieron 28 equipos, 11 presentaron ensayo y clasificaron a la final 5 Universidades.

4.4 Continuidad del servicio

Se lanzaron las ediciones No. 4, 5 y 6 del Boletín #SOYPROVEEDORCCB. De otro lado, con el propósito de contribuir a la pluralidad y participación en los procesos de contratación se realizaron informes de validación de 673 proveedores, se inscribieron 533 nuevos potenciales en la base de datos, y se entregaron 67 sondeos de mercado. En relación con la reevaluación fueron calificados 448 contratistas, respecto de la ejecución de 600 contratos con un 85.5% de calificación bueno con respecto a la gestión del proveedor.

5. RECURSOS HUMANOS

5.1 Balance vida, trabajo y productividad

Una vez finalizada la emergencia sanitaria decretada con ocasión de la pandemia derivada del Covid-19, se suspendió la modalidad de trabajo en casa como alternativa laboral y adoptó el teletrabajo en el modelo de trabajo flexible, con opciones de alternar entre 1 a 3 días el trabajo presencial y el virtual. De 696 personas identificadas para teletrabajar, fueron postuladas 603 para teletrabajo suplementario (1-3 días) y 75 para teletrabajo autónomo lo que corresponde a un índice de aplicación del 97% de la población teletrabajable. Por otro lado, para continuar movilizandoo a las personas de la organización hacia la contribución colectiva y la conexión con propósito personal y superior, se desarrollaron actividades en los diferentes tipos de voluntariado con la red de más de 100 voluntarios/as así: 43 en ambiental, 40 en Comunitario - Fundación Social por Bogotá, 15 Empresarial- Red de Mentores, 8 en Social - Hermes Familia.

En cuanto a Seguridad y Salud en el trabajo, se obtuvo la Certificación Bureau Veritas del protocolo de bioseguridad. Por otro lado, 635 personas realizaron la evaluación de riesgos psicosocial y cuya calificación consolidada fue riesgo medio. Adicionalmente, se realizaron actividades relacionadas con el tema de salud mental: ciclo de webinar para manejo de estrés, laboratorio de evolución de

inteligencia emocional para 250 colaboradores, se ha realizado asistencia psicosocial a 82 personas entre colaboradores y familiares y se realizaron 240 consultas para atención psicosocial.

5.2 Administración del talento humano

En cuanto a talento, se efectuaron 292 contrataciones, 120 a término indefinido, 115 a término fijo, y 57 contratos de aprendizaje y la coordinación de 502 contrataciones de personal con la temporal. Así mismo, se hace acompañamiento a los colaboradores que van a obtener su pensión de jubilación.

5.3 Desarrollo del talento humano

En temas de formación se generaron 775 acciones, de los cuales el 77% obedecen al cumplimiento del plan de formación solicitado por las líneas y el 23% corresponden al interés propio del colaborador en querer potenciar y evolucionar sus competencias y conocimientos. Respecto al desarrollo de los colaboradores, durante lo corrido del año 2022 se generaron 302 oportunidades internas (245 encargos y 57 promociones directas). Por otra parte, se inició un proceso de formación de liderazgo dirigido a directores y jefes “Desarrollando tu potencial de liderazgo”, con la realización de 6 sesiones para 98 colaboradores, también se realizaron 20 planes de carrera a colaboradores identificados como altos potenciales y para finalizar, se lanzó la segunda versión del programa de mentoría de mujeres donde se postularon 60, de las cuales se seleccionaron 30 para empezar junto a los mentores dicho proceso.

6. CONTROL INTERNO

Se emitieron 120 informes de auditoría, de los cuales, 40 corresponden a revisión de procesos, 69 seguimientos a planes de acción y 11 informes de excepción. De los informes de seguimiento, 14 fueron emitidos para las filiales Corparques, Invest in Bogotá, CAEM, Uniempresarial y Certicámara. Internamente se generaron 190 hallazgos y 87 recomendaciones, de los cuales, 12 hallazgos son de severidad alta y 12 recomendaciones con alto impacto, de los cuales 22 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.

FORTALECIMIENTO PATRIMONIAL 2022

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 2022, los Activos Totales alcanzaron la suma de \$1.580.089 millones. Dentro de su composición se destacan, las Inversiones en subordinadas con el 45% (\$707.810 millones); la Propiedad, planta y equipo, representan el 21% (\$338.590 millones), los otros activos financieros corrientes, representan el 23% (\$364.234 millones); el Efectivo y los rubros equivalentes al efectivo, representan el 5% (\$78.889 millones) y los otros ítems que componen el Activo, un 6% (\$90.566 millones).

Los pasivos totales de la Entidad se situaron al cierre del 2022 en \$104.158 millones, equivalentes a sólo el 6,6% del valor total de los Activos. Los Pasivos corrientes suman \$93.127 millones, que comparados con el valor de los Activos Corrientes por \$463.871 millones, dan una cobertura de 5 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 60% (\$62.679 millones), que contienen el recaudo del impuesto de registro por \$23.806 millones al mes de diciembre de 2022, las cuentas por pagar a proveedores por \$21.947 millones, cuentas por pagar a empleados por \$16.926, como otros impuestos recaudados y los aportes a la seguridad social. En orden de participación le siguen otros pasivos financieros con un 19% (\$19.630 millones), las provisiones por beneficios a los empleados con un 9% (\$9.346 millones), pasivos no financieros que corresponde a recursos administrados por convenios de cooperación, recursos de terceros y provisión por contingencias del 12% (\$12.504 millones).

El Patrimonio de la Entidad se ubica en \$1.475.931 millones, presentando un incremento del 6,06% (\$75.967 millones) con respecto al 2021, producto de la constitución de reservas por valor de \$60.442 millones, mayores excedentes obtenidos frente al 2021 de \$28.246 millones y la disminución de otras partidas patrimoniales por \$12.722 millones.

Producto del portafolio de servicios que brinda la Cámara a los diferentes empresarios de Bogotá y la Región, permitieron que para el cierre del año 2022 los ingresos de la Entidad se ubicaran en \$359.538 millones, creciendo un 21% con respecto al año 2021.

La ejecución de los diferentes proyectos y programas estratégicos planeados para el año 2022, 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 2022 se ubicarán en \$296.907 millones, creciendo el 24% con respecto al año 2021.

Como resultado de los ingresos generados menos la ejecución eficiente de los gastos de los diferentes proyectos estratégicos en favor de los empresarios, más la participación en el resultado de nuestras filiales Ágora, Corferias y Certicámara por \$22.993 millones, la Cámara obtuvo un excedente de \$85.624

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 2022 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 2022 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 2022 no efectuó o promovió alguna acción o acto que entorpeciera la libre circulación de facturas emitidas por los vendedores o proveedores de la entidad.

