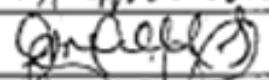
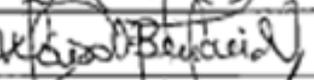
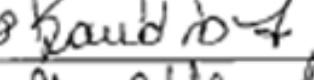
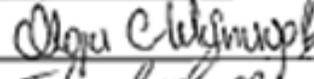
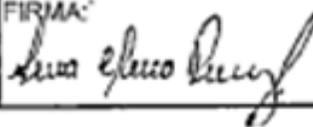


| | | | |
|------------------------------|---|--|---|
| VERSIÓN 2018-11-08 | SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD | |  Cámara de Comercio de Manizales por Caldas |
| | PLAN DE ACCIÓN 2018 | | |

| COMPILO | REVISÓ | | | APROBÓ |
|--|---|------------|---|--|
| | CARGO | FECHA | FIRMA | |
| CARGO: Profesional de Planeación y Finanzas | Directora Unidad Administrativa y Financiera | 2018-11-15 |  | CARGO: Presidenta Ejecutiva |
| | Directora Unidad de Innovación y Desarrollo Regional | 2018-11-15 |  | |
| FECHA: 2018-11-08 | Directora Unidad de Desarrollo de Pequeñas, Medianas y Grandes Empresas | 15-11-2018 |  | FECHA: 2018-11-22 |
| | Directora Unidad de Registro y Asuntos Jurídicos | 15-11-2018 |  | |
| FIRMA:  | Directora Unidad de Desarrollo de Microempresas | 15-11-2018 |  | FIRMA:  |
| | Profesional de Control Interno | 2018.11.15 |  | |



Cámara de Comercio
de Manizales por Caldas

PLAN DE ACCIÓN 2018

VISIÓN

**Ser el mejor socio de los empresarios y de la
región**

PROPÓSITO

**Somos fuente que revitaliza la tenacidad y el
coraje de nuestros empresarios**

MISIÓN

En cumplimiento de las labores delegadas por el Estado, contribuimos a la generación de valor económico del territorio, apoyando el fortalecimiento y crecimiento de nuestros empresarios

FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

Visión
ser el mejor socio de los empresarios y de la región

Misión: en cumplimiento de las labores delegadas por el Estado, contribuimos a la generación de valor económico del territorio, apoyando el fortalecimiento y crecimiento de nuestros empresarios.

Atributos de la CCMPC: confiable, transparente, innovadora, cercana a los comerciantes
Valores: actitud de servicio, transparencia, confianza, innovación

**Registro y
Conciliación**

**Proyectos de
Largo Plazo**

Programas Transversales:

- . Formalización
- . Emprendimiento
- . Innovación
- . Fortalecimiento empresarial

Eficiencia operacional

Medición y Reporte de Impacto

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- 1. Alcanzar la eficiencia operacional en registro y conciliación y aprovechar el acceso a la información de los empresarios y comerciantes, para fortalecer la base de datos empresarial más actualizada y completa de la jurisdicción.**
- 2. Promover grandes proyectos de largo plazo que impacten el departamento, en alianza con actores estratégicos.**
- 3. Promover iniciativas y acciones en torno a formalización, emprendimiento, innovación y fortalecimiento empresarial, asegurando que estas cumplan con los criterios definidos en el plan estratégico institucional.**
- 4. Desarrollar una cultura permanente de medición y reporte de impacto en la jurisdicción, que irradie positivamente en la comunidad.**
- 5. Alcanzar la eficiencia administrativa y financiera de la institución**

ATRIBUTOS INSTITUCIONALES

Confiable: inspiramos seguridad y confianza en nuestros empresarios por el compromiso y la pasión con que hacemos las cosas.

Transparente: cuidamos de manera impecable los recursos que administramos.

Innovadora: impulsamos y generamos una cultura de innovación.

Cercana a los comerciantes: conocemos y entendemos las necesidades de los empresarios; nuestras acciones así lo demuestran.

VALORES INSTITUCIONALES

Actitud de servicio

Transparencia

Confianza

Innovación

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
UNIDAD DE REGISTRO Y ASUNTOS JURIDICOS
PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 1

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTO | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS |
|---|--|--|---|------------|--|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|------------------|-------------------|
| Fortalecimiento de los servicios registrales en temporada de renovación (306) | Renovación en sitio de trabajo con recaudo de dinero. Por temas de seguridad, en algunos casos se atenderá a través de puntos de recaudo en los barrios. | Micro 1 y Micro 2 | N° de comerciantes que acceden al servicio de renovación en sitio de trabajo (en Manizales, Villamaría y Neira) | 3.000 | Optimizar los tiempos del empresario y facilitar la realización de la renovación | X | X | X | | | | | | | | | | \$ 129.148.000 | |
| | Renovación en sede de la Cámara y virtual | Micro 3, Micro 4, pequeñas, medianas y grandes | N° de renovaciones virtuales | 2.000 | Aumentar el número de renovaciones de comerciantes | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | |
| | | | N° de renovaciones totales de comerciantes en toda la jurisdicción | 21.766 | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | | | |
| Formalización Empresarial (317) | Ejecutar el programa Brigadas para la Formalización Empresarial y renovación (Plan Amigos) | Micro 1 y Micro 2 | Matrículas de comerciantes | 500 | Aumentar el grado de formalización de los empresarios | | | | X | X | X | X | X | X | X | | | \$ 66.882.000 | |
| Centro de Atención Empresarial CAE (304) | Liderar el comité de simplificación de trámites y la articulación con entidades aliadas para mejorar los servicios | Alcaldía, Gobernación, Curadurías, Notarías | N° de reuniones | 5 | Sostenimiento del servicio CAE e implementación VUE-Ventanilla Única Empresarial | | 1 | | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | \$ 52.273.000 | \$ 4.985.000 |
| | Entrega de libros fiscales | Micro 1, Micro 2 | N° de libros fiscales entregados en Manizales, Villamaría y Neira | 4.305 | Empresarios con mayor control y conciencia en el manejo de sus cuentas | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | |
| | Realizar campaña pedagógica del Sistema Preventivo de Fraudes - Sipref | Micro 1, 2, 3, 4, pequeñas, medianas y grandes | Campaña ejecutada | 4 | Minimizar el riesgo de fraude en los registros públicos | | 1 | | | 1 | | | 1 | | | 1 | | | |
| | Soporte para la prestación del servicio CAE | N/A | Plan de soporte ejecutado | 1 | N.A. | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
UNIDAD DE REGISTRO Y ASUNTOS JURIDICOS
PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 1

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTO | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS | |
|--|--|--|---------------------------------|--|--|-----|-----|-----|-----|-----|---|---|-----|---|----|---|---|------------------|-------------------|--|
| Promoción y fortalecimiento de los servicios registrales (303) | Servicios del Programa "Cámara en su empresa-línea jurídica" | Micro 3, Micro 4, pequeñas, medianas y grandes | Asesorías brindadas | 25 | Optimizar el tiempo de los empresarios en el registro de sus documentos, generando más cercanía y confianza. | | | | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | | \$ 17.780.000 | \$ 39.668.000 | |
| | Capacitaciones en temas de derecho comercial y coyunturales legales | Micro 3, Micro 4, pequeñas, medianas y grandes | N° de capacitaciones realizadas | 5 | Cumplimiento por parte de los empresarios de los requisitos que las normas les imponen para el ejercicio de su actividad empresarial | 1 | 1 | | | 1 | | | 1 | | | 1 | | | | |
| | | | Nivel de satisfacción | 90% | | 90% | 90% | | | 90% | | | 90% | | | | | | | |
| | | | N° de participantes | 400 | | 80 | 80 | | | 80 | | | 80 | | 80 | | | | | |
| | Campaña para incentivar el registro de documentos | Micro 3, Micro 4, pequeñas, medianas y grandes | Campaña ejecutada | 1 | Optimizar el tiempo de los empresarios en la realización de sus trámites registrales, generar cercanía y cultura de legalidad. | | | | | | | | 1 | | | | | | | |
| Realizar el XX Simposio Nacional de Derecho comercial y empresarial | Abogados, estudiantes de derecho, jueces, profesionales de carreras afines, asesores legales de las empresas | Simposio realizado | 1 | Se promueve la cultura jurídica de la región en temas de derecho comercial | | | | | | | | | 1 | | | | | | | |
| Acompañamiento a los comerciantes en el proceso de renovación, con miras a incentivar el uso de los medios virtuales (307) | Brindar el servicio de renovación a domicilio | | Programa ejecutado | 1 | | 25% | 25% | 25% | 25% | | | | | | | | | \$ 22.000.000 | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
UNIDAD DE REGISTRO Y ASUNTOS JURIDICOS
PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 1

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTO | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS |
|--|---|---|---------------------------------|------------|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------------|-------------------|
| Centro de Arbitraje y Conciliación (314) | Servicio de conciliación en jornadas gratuitas | Micro 1 y Micro 2 | Solicitudes atendidas | 70 | Solución de conflictos de una manera amigable, sin costo y en menor tiempo | | | | | | 35 | | | | | 35 | | \$ 56.100.000 | \$ 74.255.000 |
| | Programa Círculo de abogados | Pequeñas, Medianas, Grandes | Programa ejecutado | 1 | Contribuir a la solución pacífica y rápida de los conflictos. Aumentar el uso de los servicios del Centro | | x | x | x | x | x | x | x | x | x | 1 | | | |
| | Servicio de asesorías jurídicas especializadas | Micro 3, Micro 4, pequeñas | Asesorías brindadas | 20 | Contribuye a que el usuario comprenda si la conciliación es la vía adecuada para solucionar su conflicto | | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | | | |
| | Prestar los servicios de MASC | Toda la comunidad Micros 1,2,3,4 Pequeñas y Medianas | Ingresos (en millones de pesos) | \$ 74,255 | Colaborar con la solución pacífica de los conflictos y la promoción de la construcción de la convivencia social | \$ 2,6 | \$ 5,5 | \$ 4,4 | \$ 4,0 | \$ 9,7 | \$ 8,1 | \$ 6,6 | \$ 9,7 | \$ 5,2 | \$ 9,1 | \$ 5,4 | \$ 3,9 | | |
| | Realizar comités de conciliadores | Abogados integrantes de la lista de conciliadores | N° de comités realizados | 4 | Actualizar a los conciliadores | | | 1 | | | 1 | | | 1 | | 1 | | | |
| | Realizar capacitación | Abogados integrantes de la listas del centro | N° de capacitaciones realizadas | 1 | Actualización y el desarrollo de los conocimientos y habilidades de los profesionales integrantes de la listas del centro | | | | | | | | | | | 1 | | | |
| | Ejecutar un plan de promoción | Comunidad en general Micros 3,4 Pequeñas y Medianas | Plan de promoción | 1 | Lograr un mayor posicionamiento de los servicios del centro | | | | | | | x | x | x | x | 1 | | | |
| | Servicio de Ejecución Especial de Garantías Mobiliarias | Acreedores de garantías mobiliarias que tengan inscritas la garantías en el Registro Único de Garantías Mobiliarias que administra Confecámaras | Lanzamiento del servicio | 1 | Facilita la ejecución de las garantías a favor de los acreedores cuando hay incumplimiento por parte de los deudores | | | | | | | | | | | 1 | | | |
| Prestación del servicio de certificación (310) | Normalización de la Información Registral | N.A. | Gestión realizada | 1 | Cumplimiento de la normatividad en materia registral | 9% | 9% | 9% | 9% | 9% | 9% | 9% | 9% | 9% | 9% | 9% | | \$ 31.500.000 | |
| | Soporte para la prestación del servicio de expedición de certificados | N.A. | Gestión realizada | 1 | | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
UNIDAD DE REGISTRO Y ASUNTOS JURIDICOS
PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 1

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTO | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS | |
|---|---|--|--|------------|--|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|------------------|-------------------|--|
| Programa de divulgación a los empresarios y ESAL de los servicios de la entidad (318) | Bienvenida a nuevos comerciantes y ESAL | Nuevos comerciantes matriculados y nuevas ESAL inscritas | N° de actividades de bienvenida realizadas | 4 | Generar cercanía con nuestros matriculados e inscritos y mayor conocimiento de la entidad | | 1 | | | 1 | | | 1 | | | 1 | | \$ 7.528.000 | | |
| Gestión documental registral (313) | Garantizar la conservación del archivo registral y servicios del RUES | N.A | Gestión realizada | 1 | Cumplimiento de la normatividad en materia archivística | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | \$ 47.761.000 | | |
| Prestación de los servicios de registro (311) | Gestionar la prestación de los servicios registrales | N.A. | Gestión realizada | 1 | N.A. | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | 8% | \$ 371.390.000 | \$ 8.385.092.859 | |
| Plan operativo de registro | Renovaciones de comerciantes | Matriculados e inscritos | N° de renovaciones de comerciantes | 21.766 | Cumplimiento de las funciones legales y facilitar a los empresarios la realización de sus trámites | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | | |
| | Renovaciones de establecimientos de comercio | | N° de renovaciones de establecimientos de comercio | 18.592 | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | |
| | Renovaciones de ESAL | | N° de renovaciones de ESAL | 1.840 | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | |
| | Matrículas de comerciantes | | N° de matrículas de comerciantes RM | 4.471 | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | |
| | Matrículas de establecimientos de comercio | | N° de matrículas de establecimientos RM | 2.491 | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | |
| | Vender formularios RM | | N° de formularios vendidos RM | 21.710 | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | |
| | Depósito de estados financieros (303 en ingresos) | | N° de estados financieros depositados | 645 | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | |
| | Inscripciones en RM | | N° de inscripciones RM | 20.545 | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | |
| | Inscripciones ESAL | | N° de inscripciones ESAL | 1.295 | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | |
| | Inscripciones RUP | | N° de inscripciones RUP | 777 | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | |
| | Inscripciones RNT | | N° de inscripciones RNT | 1.033 | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | |
| | Expedir certificados RM | | N° de certificados RM | 60.318 | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | |
| | Expedir certificados ESAL | | N° de certificados ESAL | 7.140 | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | |
| | Expedir certificados RUP | | N° de certificados RUP | 2.099 | | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
UNIDAD DE DESARROLLO DE MICROEMPRESAS
PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 1

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTO | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS |
|--|---|---------------------|---|------------|--|-----|-------|-------|-----|-----|-----|---|---|---|---|---|---|------------------|-------------------|
| Temporada de renovación y formalización empresarial (1203) | Realizar la temporada de renovación con recaudo en cada municipio en punto estratégico | Municipios A, B y C | N° de comerciantes renovados en los municipios y corregimientos a 31 de marzo de 2018 | 5.500 | * Optimizar los tiempos del empresario y facilitar la realización de la renovación * Aumentar el número de comerciantes renovados oportunamente | 100 | 2.100 | 3.300 | | | | | | | | | | \$ 40.000.000 | |
| | Obsequiar libros fiscales y dar instrucción de uso a los comerciantes de los municipios | Municipios A, B y C | N° de libros fiscales entregados | 4.000 | Empresarios con mayor control y conciencia en el manejo de sus cuentas | | 1.000 | 3.000 | | | | | | | | | | \$ 13.000.000 | |
| | Desarrollar un programa de formalización empresarial en los municipios (brigadas) | Municipios A, B y C | N° de empresarios sensibilizados | 300 | Empresarios sensibilizados y formalizados | | | | 100 | 100 | 100 | | | | | | | | \$ 7.000.000 |
| N° de empresarios formalizados | | | 150 | | | | | 50 | 50 | 50 | | | | | | | | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
 UNIDAD DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO REGIONAL
 PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 2

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTO | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS | |
|---|--|---|-----------------------------|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------------------|-------------------|--|
| Gestionar en alianza con actores estratégicos grandes proyectos de largo plazo que impacten la competitividad del departamento (1005) | Promover grandes proyectos de largo plazo que impacten el departamento, en alianza con actores estratégicos. | Población de los municipios de la jurisdicción de la CCMPC y de la Región | N° de proyectos acompañados | 10 | Mejoramiento de la competitividad del territorio. | | | | 2 | | | 3 | | | 2 | | | 3 | \$ 76.368.400 | |
| | | | N° de proyectos acompañados | 1 | | | | | | | | | | | 1 | | | | | |
| | | | N° de proyectos acompañados | 1 | | | | | | | | | | | | 1 | | | | |
| | | | N° de proyectos acompañados | 1 | | | | | | | | | | | | 1 | | | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
 UNIDAD DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO REGIONAL
 PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 3

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTO | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS |
|---|--|---|---|-------------|---|---|---|---|----|---|---|----|---|----|----|----|-----|------------------|-------------------|
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Gestión de alianzas para el fortalecimiento de la innovación en el territorio (1007) | Programa Alianzas para la Innovación | micro 3, 4 pequeñas y medianas e instituciones publicas y privadas de la | N° de eventos de promoción de mentalidad y cultura | 2 | Fortalecer la cultura innovadora en la región | x | x | x | x | 1 | x | x | x | 1 | | | | \$ 90.000.000 | |
| | | | N° de participantes | 150 | | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | 150 | | |
| | | Micros 4 y pequeñas | N° de proyectos de innovación incremental implementados - jurisdicción CCMP | 25 | Proyectos de innovación incremental implementados en las Empresas | x | x | x | x | x | x | x | x | x | 25 | | | | |
| | | Micros 4 y pequeñas | N° de proyectos de innovación incremental implementados en alianza con camaras Eje Cafetero | 20 | | x | x | x | x | x | x | x | x | 20 | | | | | |
| | Programa Sistemas de innovación | Pequeñas, medianas y Grandes | N° de empresas con sistema básico de innovación implementados jurisdicción CCMP | 15 | Empresas que entienden el valor de la innovación e invierten en ella | | | | x | x | x | x | x | x | x | 15 | | | |
| | | Pequeñas, medianas y Grandes | N° de empresas con sistema básico de innovación - en alianza con las camaras del Eje Cafetero | 12 | | | | | x | x | x | x | x | x | 12 | | | | |
| | Proyectos de Innovación | micro 3, 4 pequeñas y medianas e instituciones publicas y privadas de la ciudad | N° de proyectos | 1 | Empresarios con capacidades innovadoras fortalecidas y llegando a soluciones diferentes en sus retos y desafíos empresariales | | | | | | | x | x | x | x | x | 1 | | |
| Servicios y programas diferenciales en creatividad e innovación con valor agregado en las empresas (1004) | Servicios brindados desde el Laboratorio de Creatividad e Innovación NeuroCity | municipios micro 3 micro 4 pequeñas medianas grandes | N° de talleres | 50 Talleres | Empresarios con capacidades innovadoras fortalecidas y llegando a soluciones diferentes en sus retos y desafíos empresariales | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | | | \$ 315.000.000 | \$ 168.000.000 |
| | | | N° de participantes | 600 | | | | | | | | | | | | | 600 | | |
| | | Pequeñas, Medianas, grandes y publico en general. | N° de eventos de entrenamiento y formación en temas de creatividad e innovación | 2 | Incrementar el numero de personas certificadas en metodologias de innovación de vanguardia en los equipos de trabajo | | | | | 1 | | | | | | | 1 | | |
| | | transversal (todos los grupos de interes: empresarios, gremios, Estado.) | N° de Cafés de Innovación | 4 | Empresarios con Mayor relacionamiento y conexiones de valor entre empresarios | | | 1 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | | |
| | | N° de participantes | 100 | | | | # | | 25 | | | 25 | | 25 | | | | | |
| | Potenciación servicios Neurocity | micro 3, 4 pequeñas y medianas e instituciones publicas y privadas de la ciudad | Modelo Estructurado | 1 | Empresarios con capacidades innovadoras fortalecidas y llegando a soluciones diferentes en sus retos y desafíos empresariales | | | | | | | | | | x | x | 1 | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
 UNIDAD DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO REGIONAL
 PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 3

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTO | E | F | M | A | M | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS |
|---|---|---|---|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------------------|-------------------|
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Establecer estrategias para la atracción de cooperación, la gestión de inversión y la promoción de la región como destino de eventos (1013) | Gestión de inversión y cooperación que fomenta la competitividad empresarial y el desarrollo regional | | N° de inversionistas instalados | 7 | Contribución al fortalecimiento de los empresarios y mejoramiento del Entorno de los Negocios | | 1 | | | 1 | | 2 | | 3 | | | \$ 133.980.000 | |
| | | | N° de aliados vinculados a la agencia | 6 | | | 1 | | 2 | | 1 | | | | | | | |
| | | | N° de congresos captados y apoyados | 25 | | | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 4 | 1 | 4 | 4 | | | |
| | | Pequeñas, Medianas y Grandes Micro 3 y 4 | N° de Acuerdos, Convenios o Alianzas suscritos | 2 | | | | 1 | | | | 1 | | | | | | |
| | | Pequeñas | N° de empresas o instituciones beneficiarios de asistencia técnica con expertos | 26 | | | 2 | 5 | 5 | | 5 | 4 | 2 | 3 | | | | |
| | | Medianas | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Grandes | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Pequeñas | N° de misiones realizadas | 2 | | | | | 1 | | | | 1 | | | | | |
| | | Medianas | N° Empresas participantes | 12 | | | | | 6 | | | | | 6 | | | | |
| | | Pequeñas | N° de empresarios y/o funcionarios beneficiados con pasantías de cooperación | 5 | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Medianas | | | | | 1 | | 2 | | 1 | 1 | | | | | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
UNIDAD DE DESARROLLO DE PEQUEÑAS, MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS
PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 3

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTO | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS | |
|--|---|---------------------------------------|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---|---|----|------------------|-------------------|--|
| Fortalecer a los empresarios en etapa de consolidación a través del cierre de brechas y procesos de sofisticación (1120) | Cierre de brechas identificadas en el programa "Cámara en su Empresa" para mercados nacionales | Pequeñas, medianas y grandes | N° de empresas intervenidas en etapa de consolidación | 10 | Cerrar las brechas identificadas | | | | | | | | | | | | | \$ 191.000.000 | \$ 20.000.000 | |
| | | | % de brechas cerradas con el programa | 70% | | | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | | | | | |
| | | | Nivel de satisfacción de los empresarios | 80% | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Generar estrategias comerciales para las empresas, a través de las antenas comerciales | Pequeñas, medianas y grandes | N° de empresas intervenidas con la estrategia | 20 | Fortalecimiento y crecimiento de los empresarios mediante el acceso a nuevos mercados | | | | | | | | 10 | | | | 10 | | | |
| | | | % de empresas que acceden a nuevos mercados | 80% | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Realizar actividades para la sofisticación y cierre de brechas a los sectores priorizados | Pequeñas, medianas y grandes | N° de sectores acompañados | 3 | Inclusión de los empresarios en las cadenas globales de valor, para mejorar sus niveles de competitividad | | | | | | 1 | | | | 1 | | 1 | | | |
| N° de mercados incursionados | | | 1 | | | | | | | | | | | | | | 1 | | | |
| Desarrollar programas de excelencia empresarial para el crecimiento rápido, rentable y sostenible (1119) | Identificar y fortalecer empresas ancla y sus proveedores para el desarrollo de sus encadenamientos | Pequeñas, medianas y grandes empresas | N° de empresas anclas acompañadas en su proceso de proveeduría | 2 | Mejoramiento de la productividad de la empresa ancla y sus proveedores | | | | | x | x | x | x | x | x | x | x | 2 | \$ 102.420.000 | |
| | Programa empresas en trayectoria MEGA II Cohorte | Pequeñas, medianas y grandes empresas | N° de empresas en trayectoria mega | 20 | Fortalecimiento y crecimiento del tejido empresarial de la región | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | 20 | | | |
| | | | % de empresas con la metodología apropiada | 80% | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Foro empresarial | Micro 4, pequeñas y medianas | N° de foros empresariales | 3 | Generación de visión compartida de región, visibilización de los empresarios como constructores de región | | | | | | 1 | | | 1 | | | 1 | | | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
UNIDAD DE DESARROLLO DE PEQUEÑAS, MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS
PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 3

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTO | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS |
|--|--|--|---|------------|---|---|---|-----|---|-----|-----|---|---|---|---|---|----------------|------------------|-------------------|
| Acompañar a los sectores vocacionales de la región para el mejoramiento de la competitividad (1118) | Gestionar, coordinar y articular con los principales actores del departamento temas de competitividad y productividad | Sectores priorizados en la ciudad | N° de mesas lideradas | 2 | Lograr la articulación entre los actores que potencien la competitividad del territorio | | | | 2 | | | | | | | | | \$ 73.781.320 | |
| | | | N° de mesas acompañadas | 9 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | |
| | | Sectores, empresarios e instituciones aliadas | N° de instancias regionales articuladas | 3 | | | | | 1 | | | 1 | | | | | 1 | | |
| | Identificación y acompañamiento en la formulación de proyectos para los sectores priorizados | Sectores priorizados | N° de proyectos acompañados formulados o acompañados de la mano de los líderes de las mesas sectoriales | 3 | Fortalecer las mesas sectoriales | | | | x | x | x | x | x | x | x | 3 | | | |
| Desarrollar programas de escalamiento a mercados globales para el fortalecimiento empresarial (1111) | Cierre de brechas identificadas en Cámara en su Empresa para mercados internacionales | Micro 4, pequeñas, medianas y grandes empresas | N° de empresas intervenidas | 20 | Empresas vendiendo en mercados internacionales | | | | 5 | | 5 | | | 5 | | 5 | \$ 224.873.419 | | |
| | | | N° de eventos | 1 | | | | | 1 | | | | | | | | | | |
| | Realizar eventos de relacionamiento empresarial, en temas de productividad y competitividad | Pequeñas, medianas y grandes empresas | N° de participantes | 100 | Ampliar la perspectiva empresarial, por el conocimiento adquirido y generar contactos que se vuelvan efectivos para los empresarios | | | | | 100 | | | | | | | | | |
| | | | Nivel de satisfacción de los empresarios en la pertinencia del evento | 85% | | | | 85% | | | | | | | | | | | |
| | | | N° de ciclos de capacitaciones duales | 1 | | | | 1 | | | | | | | | | | | |
| | Identificar necesidades en los empresarios y desarrollar capacitaciones a la medida con aliados estratégicos P.I.I.E (Programa integral de intervención estratégica) | Micro 4, pequeñas, medianas empresas | N° de capacitación en gobierno corporativo | 1 | Desarrollar capacidades en los empresarios del programa en temas estratégicos | | | | | | | | | 1 | | | | | |
| | | | N° de participantes | 70 | | | | 35 | | | 35 | | | | | | | | |
| | | | Nivel de satisfacción de los empresarios | 85% | | | | 85% | | | 85% | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
 UNIDAD DE DESARROLLO DE MICROEMPRESAS
 PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 3

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTOS | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS | | | |
|--|---|-------------------------|--|------------|--|---|----|----|----|----|----|----|----|---|---|-----|-----|------------------|-------------------|--|---------------|--|
| Fortalecimiento empresarial para microempresarios de la jurisdicción | Gestión de aliados para el fortalecimiento de los empresarios (1209) | Micro 1, 2, 3 y 4 | N° de alianzas con instituciones para fortalecer el acompañamiento a los empresarios | 2 | Empresarios con procesos de fortalecimiento empresarial | | | | | | 1 | | | | | 1 | | \$ 29.000.000 | | | | |
| | Actividades de acercamiento a través de talleres básicos en los barrios de Manizales (1209) | Micro 2 | N° de eventos realizados | 4 | Generar cercanía con los empresarios y apoyarlos con procesos de fortalecimiento empresarial | | 1 | | 1 | | | 1 | | | | 1 | | | \$ 6.000.000 | | | |
| | | | N° de empresarios participantes | 160 | | | 40 | | 40 | | 40 | | 40 | | | | | | | | | |
| | Realizar un evento de celebración del día del comerciante con aliados (1209) | Micro 3 y 4 | N° de empresarios participantes | 180 | Generar cercanía con los empresarios | | | | | 1 | | | | | | | | | \$ 7.000.000 | | | |
| | Llevar empresarios a visitar empresas referentes de la ciudad (1209) | Micro 2 | N° de visitas realizadas | 3 | Generar cercanía con los empresarios | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | | | | \$ 6.000.000 | | | |
| | | | N° de empresarios participantes | 90 | | | | 30 | | 30 | | 30 | | | | | | | | | | |
| | Conformar núcleos empresariales sectoriales | Micro 3 y 4 (1209) | N° de núcleos conformados | 2 | Fortalecimiento de sectores económicos | | | | | | 2 | x | x | x | x | x | | | \$ 15.000.000 | | | |
| | | | N° de empresas participantes | 24 | | | | | | 24 | x | x | x | x | x | | | | | | | |
| | | | % de los empresarios que fortalecen las áreas de estratégicas de su empresa y/o incrementan ventas en un 15% | 70% | | | | | | | | | | | | 70% | | | | | | |
| | | Municipios A Y B (1205) | N° de núcleos conformados | 2 | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | \$ 15.000.000 | |
| | | | N° de empresas participantes | 24 | | | | | | | 24 | | | | | | | | | | | |
| | | | % de los empresarios que fortalecen las áreas de estratégicas de su empresa y/o incrementan ventas en un 15% | 70% | | | | | | | | | | | | | 70% | | | | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
UNIDAD DE DESARROLLO DE MICROEMPRESAS
PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 3

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTOS | E F M A M J J A S O N D | | | | | | | | | | | | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS | |
|--|--|-------------------------|---|------------|---|-------------------------|-----|---|---|-----|-----|-----|-----|---|-----|-----|---|------------------|-------------------|--|
| | | | | | | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | | | |
| Fortalecimiento empresarial para microempresarios de la jurisdicción | Realizar misiones empresariales sectoriales | Micro 3 y 4 (1209) | N° de empresarios participantes | 20 | Ampliar la perspectiva empresarial y la red de contactos | | | | | | | 10 | | | | 10 | | | \$ 7.000.000 | |
| | | | % de las empresas que participan y generan nuevos contactos | 80% | | | | | | 80% | | | 80% | | | | | | | |
| | | Municipios A Y B (1205) | N° de empresarios participantes | 20 | | | 10 | | | | | 10 | | | | | | \$ 8.000.000 | | |
| | | | % de las empresas que participan y generan nuevos contactos | 80% | | | 80% | | | | | 80% | | | | | | | | |
| | Programa de fortalecimiento Esales * Entidades sin Ánimo de Lucro | Micro 3 y 4 (1209) | N° de ESALES participantes | 20 | ESALES que cierran brechas empresariales | | | | | | | 10 | | | | 10 | | | \$ 8.000.000 | |
| | | | % de las ESALES que fortalecen las áreas estratégicas de su empresa | 80% | | | | | | | | | | | 80% | | | | | |
| | | Municipios A Y B (1205) | N° de ESALES participantes | 15 | | | | | | | 5 | 5 | 5 | | | | | \$ 8.000.000 | | |
| | | | % de las ESALES que fortalecen las áreas estratégicas de su empresa | 80% | | | | | | | | | | | 80% | | | | | |
| | Fortalecimiento empresarial a través de la transformación digital de las empresas * Proyecto presentado a Innpulsa | Micro 3 y 4 (1209) | N° de empresas sensibilizadas | 500 | Sensibilizar a los empresarios frente al uso de la tecnología | | | | | | 200 | | | | | 300 | | | \$ 36.000.000 | |
| | | | N° de empresarios con un plan de transformación digital y apropiación de TICS | 70 | Empresarios apropiando bajo una metodología de transformación digital | | | | | | | | | | | 70 | | | | |
| | | Municipios A (1205) | N° de empresas sensibilizadas | 300 | Sensibilizar a los empresarios frente al uso de la tecnología | | | | | | 150 | x | x | x | 150 | | | | \$ 40.000.000 | |
| | | | N° de empresarios con un plan de transformación digital y apropiación de TICS | 50 | Empresarios apropiando bajo una metodología de transformación digital | | | | | | | | | | | 50 | | | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
UNIDAD DE DESARROLLO DE MICROEMPRESAS
PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 3

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTOS | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS | | |
|--|---|---|---|---|---|----|----|-----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|----|------------------|-------------------|---------------|--|
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fortalecimiento empresarial para microempresarios de la jurisdicción | Capacitaciones en temas empresariales de coyuntura y por demanda | Micro 3 y 4 (1209) | N° de capacitaciones | 5 | Empresarios informados en temas empresariales de interés y coyunturales | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | | \$ 12.000.000 | | | |
| | | | N° de participantes | 400 | | 80 | | 80 | | 80 | | 80 | | 80 | | | | | | | |
| | | | % de los empresarios encuestados encuentran útil estos espacios de capacitación | 85% | | | | | | | | | | | | 85% | | | | | |
| | | Municipios A, B y C (1205) | N° de capacitaciones | 10 | | | 2 | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | | | | | \$ 10.000.000 | |
| | | | N° de participantes | 400 | | 80 | 80 | | 80 | | 80 | | 80 | | | | | | | | |
| | | | % de los empresarios encuestados encuentran útil estos espacios de capacitación | 85% | | | | | | | | | | | | 85% | | | | | |
| | Programa de crecimiento en ventas Vender Más, alianza con Manizales Más – Afiliados (1209) | Micro 4 | N° de empresas participantes | 15 | Fortalecimiento comercial de los empresarios y sus equipos | | | | | | | | | x | 15 | | | \$ 25.000.000 | | | |
| | | | % de empresas que incrementan sus ventas | 70% | | | | | | | | | | | x | 70% | | | | | |
| | Brindar asesoría especializada en temas como: Invima, Registro de Marca, Código de Barras, contratación de personal, entre otros (1209) | Micro 3 y 4 | N° de asesorías por demanda | 80 | Empresarios que dieron solución a su consulta | | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | 80 | | \$ 1.000.000 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Antenas comerciales (1208) | Micro 4 | N° de empresarios participantes | 20 | Fortalecimiento y crecimiento de los empresarios mediante el acceso a nuevos mercados | | | | | 10 | | | | | | | 10 | | \$ 45.000.000 | | | |
| | | % de las empresas que acceden a nuevos mercados | 80% | | | | | 40% | | | | | | | 40% | | | | | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
UNIDAD DE DESARROLLO DE MICROEMPRESAS
PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 3

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTOS | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS | |
|--|--|---------------------|---|---|--|---|----|----|----|-----|----|----|-----|-----|----|---|---------------|------------------|-------------------|--|
| Fortalecimiento empresarial para microempresarios de la jurisdicción | Encuentros comerciales para acceso a nuevos mercados (1208) | Micro 4 | N° de empresarios participantes | 80 | Empresarios que amplían su red de contactos y consiguen nuevos clientes, aliados o proveedores | | | | | | 40 | | | | 40 | | | \$ 8.000.000 | | |
| | | | % de las empresas que participan generan nuevos contactos | 80% | | | | | | 40% | | | 40% | | | | | | | |
| | Programa Empréndelo – BID – Confecámaras (1208) | Micro 2 y 3 | N° de emprendedores sensibilizados | 100 | Emprendedores que asumen su emprendimiento como un proyecto de vida y logran que sus empresas crezcan de manera rápida, rentable y sostenida | | 20 | 20 | | 20 | | 20 | | | 20 | | | | \$ 45.000.000 | |
| | | | N° de emprendedores que fortalecen sus habilidades blandas | 60 | | | | | 30 | | | 30 | | | | | | | | |
| | | | N° de emprendedores que fortalecen las áreas estratégicas de su empresa | 70 | | | | | | | | | | 70 | | | | | | |
| | | | % de los emprendedores que fortalecen las áreas de estratégicas de su empresa | 80% | | | | | | | | | | 80% | | | | | | |
| | Eventos de promoción de cultura emprendedora – Conexión 49 (1208) | Micro 3 y 4 | N° de eventos | 8 | Empresarios que amplían su red de contactos y consiguen nuevos clientes, aliados o proveedores | | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | \$ 8.000.000 | |
| | | | N° de empresarios participantes | 320 | | | 40 | | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | | | | | | |
| | | | % de las empresas que participan y generan nuevos contactos | 80% | | | | | | | | | | 80% | | | | | | |
| | Trabajar por la articulación de las instituciones que hacen parte de la Red de Emprendimiento de Caldas (1208) | Micro 2 y 3 | N° de instituciones articuladas trabajando en red | 26 | Emprendedores fortalecidos que constituyen empresas que permanecen en el tiempo | | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | 26 | \$ 15.000.000 | | |
| Talleres para emprendedores culturales (1208) | Micro 2 y 3 | N° de participantes | 60 | Emprendedores culturales que ven sus iniciativas como una empresa | | | | | 30 | | | 30 | | | | | \$ 7.000.000 | | | |
| Apoyar el programa Manizales Más (1208) | Micro 4 | Un programa apoyado | 1 | Fomentar el emprendimiento de alto impacto en la ciudad | | 1 | | | | | | | | | | | \$ 45.000.000 | | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
UNIDAD DE DESARROLLO DE MICROEMPRESAS
PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 3

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTOS | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS | |
|--|---|---|--|--|---|---|---|---|----|----|-------|----|-----|----|---|---|----|------------------|-------------------|--|
| Fortalecimiento empresarial para microempresarios de los 17 municipios de la jurisdicción (1205) | Concurso de vitrinismo | Municipios C | N° de concursos | 3 | | | | | 1 | | 1 | 1 | | | | | | \$ 6.000.000 | | |
| | | | N° de empresas participantes | 60 | | | | | 20 | | 20 | 20 | | | | | | | | |
| | Fam trip (viaje de familiarización con agencias de viajes operadoras) | Municipios B | N° de empresarios que participan | 15 | Dinamización del comercio de los municipios | | | | | | | | | 15 | | | | | \$ 6.000.000 | |
| | | | % de las empresas que participan realizan contacto y posibilidades de negocios | 80% | | | | | | | | | 80% | | | | | | | |
| | Encuentros innovadores y talleres a la medida en NeuroCity | Municipios A, B y C | N° de encuentros y/o talleres realizados | 4 | Empresarios con capacidades innovadoras fortalecidas y llegando a soluciones diferentes en sus retos y desafíos | | | | | 1 | 1 | | | 1 | 1 | | | | \$ 4.000.000 | |
| | | | N° de empresarios participantes | 60 | | | | | 15 | 15 | | 15 | 15 | | | | | | | |
| | Tertulias del Comercio | Municipios C | N° de tertulias realizadas | 4 | Exaltación de la actividad comercial de los municipios y cercanía con los empresarios | | | | 1 | | 1 | | | 1 | 1 | | | | \$ 10.000.000 | |
| | | | N° de empresarios que participan | 200 | | | | | 19 | | 60 | | 60 | 61 | | | | | | |
| | Concurso Emprendo | Municipios A, B y C | Concursos realizados | 1 | Fomentar el emprendimiento en los municipios de la jurisdicción | | | | | | | | | 1 | | | | | \$ 15.000.000 | |
| | | | N° de ideas o iniciativas empresariales inscritas al concurso | 30 | | | | | | | | | 30 | | | | | | | |
| | Celebración del día del comerciante | Municipios A, B y C | N° de comerciantes renovados al 31 de marzo en los municipios de la jurisdicción | 5.500 | Cercanía | | | | | | 5.500 | | | | | | | | \$ 30.000.000 | |
| Fortalecimiento de la cadena del sector turismo | Municipios A, B y C | Autorización de uso de marca PCC entregadas a los empresarios que cumplen con el manual de buenas prácticas | Por demanda | Empresarios del sector identificados como prestadores de servicios con calidad | | | | | x | x | x | x | x | x | x | x | x | \$ 3.500.000 | | |
| Apoyo eventos culturales y de activación comercial | Municipios A, B y C | N° de eventos apoyados | 10 | Cercanía | | | | | x | x | x | x | x | x | x | x | 10 | \$ 12.000.000 | | |
| Comités camerales (visita empresarial a grandes empresas) | Municipios A, B y C | N° de visitas empresariales | 1 | Cercanía | | | | | | | | 1 | | | | | | \$ 2.500.000 | | |
| | | N° de comités camerales participantes | 30 | | | | | | | | | 30 | | | | | | | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
 UNIDAD DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO REGIONAL
 PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 4

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTO | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS | |
|---|---|---|--|------------|--|-----------|----|----|------------|----|----|------------|----|----|-----------|----|---|------------------|-------------------|---|
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Estudios Económicos y producción de información del entorno económico del territorio (1018) | Generación de información económica de calidad en el territorio | Transversal (todos los grupos de intereses: empresarios, gremios, Estado y ciudadanía en general) | N° estudios económicos (Serie Economía y Empresa y otros) | 2 | Ser fuente de información económica útil para la toma de decisiones en el territorio | | | | | | 1 | | | | | | 1 | \$ 140.000.000 | \$ 45.000.000 | |
| | | | N° Notas Económicas | 40 | | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | | | | | | |
| | | | N° actualizaciones del Tablero de Series Económicas | 3 | | | | 1 | | | 1 | | | | | | 1 | | | |
| | | | N° documentos, ponencias y demás publicaciones | 5 | | 1 | | | 1 | 1 | | | | | | 1 | | | | 1 |
| | | | N° Boletines Económicos | 12 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 |
| | | | N° Boletines Coyuntura del Mercado Laboral | 4 | | | 1 | | | | 1 | | | | | | 1 | | | |
| | | | N° ¡Datéate! 2018 y Twitter Económicos (Presidencia) | 120 | | 5 | 10 | 12 | 10 | 11 | 11 | 10 | 12 | 10 | 10 | 12 | | | | 7 |
| | | | N° notas de política económica (policy brief) | 2 | | | | | | | 1 | | | | | | | | | 1 |
| | | | N° blog económico en funcionamiento | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | 1 |
| | | | Monto por servicios de comercialización empresarial | 45.000.000 | | 4.789.813 | | | 22.562.970 | | | 12.275.767 | | | 5.371.450 | | | | | |
| | | | N° Encuesta Ritmo Empresarial (Afiliados) | 2 | | 1 | | | | | | | 1 | | | | | | | |
| | | | N° de sistemas de visualización y análisis de datos en línea (Tableau) | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | 1 |
| | | | N° reportes de Actualidad Empresarial | 6 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | | | | | 1 |
| | N° informes de calidad de vida de Manizales Cómo Vamos | 1 | | | | | | | | | 1 | | | | | | | | | |
| | N° informes de Manizales Cómo Vamos en Empleo | 1 | | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | N° encuestas de opinión ciudadana de calidad de vida de Manizales Cómo Vamos | 1 | | | | | | | | | | | | | 1 | | | | | |
| | N° análisis de ciclos económicos a partir del ICAE del Observatorio Económico de Caldas | 1 | | | | | | | | | | | | | | 1 | | | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
UNIDAD ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA - SISTEMAS Y TELECOMUNICACIONES
PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO : 5

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTO | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS | | |
|--|--|--|--|------------|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------------------|-------------------|---------------|--|
| Fortalecimiento y gestión eficiente de los recursos, infraestructura y servicios tecnológicos de la organización (115) | Mantener un PETI (Plan estratégico de tecnología de información) actualizado y alineado con los objetivos estratégicos de la Entidad | Todos los usuarios internos y externos | Plan estratégico de TI (PETI) actualizado | 1 | Generación de valor a los procesos transversales de la Entidad con la prestación de servicios tecnológicos innovadores, oportunos y confiables enmarcados en el PETI | | | | | | | | x | x | x | x | x | 1 | | | |
| | Garantizar y mantener en óptimas condiciones la infraestructura tecnológica de la Entidad | Todos los usuarios internos y externos | Plan de mantenimiento de la infraestructura tecnológica diseñado y ejecutado | 1 | Prestación eficiente y confiable de los servicios tecnológicos demandado por los usuarios internos y externos de la Entidad | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | \$ 10.169.920 | | |
| | Garantizar la correcta operación tecnológica y de conectividad de la entidad | Todos los usuarios internos y externos | Plan de mantenimiento de la operación tecnológica diseñado y ejecutado | 1 | La Entidad cuenta con herramientas y servicios tecnológicos confiables e innovadores | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | \$ 93.993.610 | | |
| | | | Ciclo de mantenimiento preventivo de equipos de computo | 1 | | | | | | | | | x | x | x | x | x | 1 | | | |
| | | | Ciclo de auditoría de hardware y software | 1 | | | | | | | | | | | x | x | x | x | 1 | | |
| | | | Proceso de atención a requerimientos internos a través de la mesa de ayuda de sistemas | 1 | | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | \$ 17.232.596 | |
| | | | Proceso de acompañamiento interno para la operación del CRM | 1 | | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | \$ 12.238.290 | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
UNIDAD ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA - PLANEACIÓN FÍSICA Y LOGÍSTICA
PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 5

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTO | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS | |
|---|--|-------------------------------------|--|------------|---|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------------------|-------------------|-------|
| Diseñar e implementar estrategias para que nuestros grupos de interés nos sientan como sus aliados en el logro de sus objetivos (126) | Disponer de espacios y elementos para la realización de eventos | Afiliados Comerciantes Particulares | Proceso de alistamiento de salones para eventos | 1 | Ser cercano y aliado de nuestros empresarios y clientes | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | \$ 20.313.000 | | |
| | | | N° de horas de alquiler | 800 | | 50 | 60 | 25 | 65 | 80 | 80 | 80 | 75 | 95 | 75 | 70 | 45 | | | |
| | | | N° de horas de préstamos | 400 | | 5 | 20 | 20 | 45 | 45 | 25 | 36 | 35 | 50 | 36 | 46 | 37 | | | |
| | | | Implementación y puesta en marcha del SW de administración del centro de eventos | 1 | | | | | | | | | 16,7% | 16,7% | 16,7% | 16,7% | 16,7% | | | 16,7% |
| | | | N° de estrategias de fidelización implementadas | 1 | | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 16,7% | | | 8,3% |
| | | | CRM operando | 1 | | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | | | 8,3% |
| | Facilitar y acompañar la realización de actividades y eventos para el logro de los objetivos institucionales | Funcionarios Junta Directiva | N° de horas eventos internos | 1.850 | Ser aliado interno para las áreas de la Organización | | 30 | 85 | 250 | 100 | 94 | 159 | 220 | 200 | 295 | 225 | 150 | | | 42 |
| | | | Proceso de acompañamiento en la planeación y realización de eventos internos | 1 | | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | | | |
| | | | Nivel de satisfacción | 92% | | | | | | | | 92% | | | | | | | | |
| | Fortalecer y gestionar eficientemente los recursos para asegurar la conservación de la infraestructura física y de los activos fijos de la entidad | Todos los grupos de interés | Diseño y ejecución del plan anual de mantenimiento preventivo | 1 | Satisfacción y comodidad de nuestros funcionarios | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | | | 8,3% |
| | | | Atención de requerimientos locativos a través de la mesa de ayuda | 100% | | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | | | | |
| | | | Implementación y puesta en marcha del SW de manejo de inventarios | 1 | | | | | | | | 14,3% | 14,3% | 14,3% | 14,3% | 14,3% | 14,3% | | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
UNIDAD ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA - PLANEACIÓN Y FINANZAS
PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 5

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTO | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS |
|---|--|---------------------|---|------------|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------------------|-------------------|
| Seguimiento a la estrategia y sistemas de gestión (121) | Ejecutar el programa de Gestión documental de la entidad y operar la Ventanilla única institucional | Todos los segmentos | N° de procesos ejecutados | 1 | Facilidad en la gestión de los documentos y optimización de áreas físicas | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | \$ 99.371.000 | |
| | Elaborar informes periódicos de la gestión de la Entidad. | Alta Dirección | N° informes de gestión elaborados | 16 | Brindar herramientas a la alta dirección para la toma de decisiones | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | | |
| | Apoyar el proceso de planeación y presupuestación institucional para el 2019. | Alta Dirección | N° de procesos de apoyo consolidados | 1 | Brindar herramientas a la alta dirección para la toma de decisiones | | | | | | | | | | 33% | 33% | 33% | | |
| | Coordinar el proceso de rendición de informes a entes de control, de acuerdo con la normatividad que aplica a la Entidad | Entes de control | N° de informes presentados | 6 | Transparencia - Cumplimiento de requisitos legales | 2 | | | 2 | | | 1 | | | 1 | | | | |
| | | Todos los segmentos | N° de procesos ejecutados | 1 | | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | | |
| | Administrar el Sistema de Gestión de la Calidad de la Entidad | Todos los segmentos | Recertificación del SGC en la nueva norma | 1 | Buscar el mejoramiento continuo de la gestión de la CCMP | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | | | | | | | | | |
| | | Todos los segmentos | N° de ciclos de auditorías y jornadas de levantamiento de acciones preventivas realizadas | 5 | | | | | | 2 | | 1 | | | 1 | 1 | | | |
| | | Todos los segmentos | N° de revisiones realizadas | 16 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | | |
| | | Todos los segmentos | N° de aplicaciones de encuestas de satisfacción | 14 | | 2 | | 1 | 4 | | | 2 | | 1 | 4 | | | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
UNIDAD ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA - COMUNICACIONES Y PUBLICIDAD
PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 5

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTO | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS | | |
|--|---|--|--|---|--|---|---|-----|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|------------------|-------------------|---|-----|
| Fortalecimiento de las relaciones con los usuarios, visibilización de la gestión de la entidad y posicionamiento de la marca CCMPC a partir de los atributos institucionales (124) | Difundir información de la CCMPC a través de diferentes canales y medios físicos y virtuales. | Grandes, medianas y pequeñas | N° de ediciones de la revista empresarial | 2 | Visibilización de la gestión de la Entidad y posicionamiento de la marca CCMPC a partir de los atributos institucionales (124) | | | | | 1 | | | | | | 1 | | \$ 111.898.000 | \$ 28.134.000 | | |
| | | Micros 1, 2, 3 y 4 | N° de ediciones del periódico Cámara al Día | 3 | | | 1 | | | | | 1 | | | | | | | | 1 | |
| | | Municipios | N° de ediciones del periódico Cámara al Día Municipios | 3 | | | 1 | | | | | 1 | | | | | | | | 1 | |
| | | Todos los segmentos | Boletines de prensa | Incrementar el número de menciones en medios a 275 | Mayor participación de nuestros empresarios en los eventos programados por la entidad | | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | | | x | |
| | | Todos los segmentos | Nuevos videos publicados en Youtube | Aumentar el número de visualizaciones a 8.000 | | | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | | | x | x |
| | | | Estrategia de redes sociales diseñada y ejecutada. | Incrementar en 20% la interacción de usuarios en redes sociales | | | | | | | | | | | | | | | | | ### |
| | Posicionar la marca CCMPC a nivel local, regional y nacional | Todos los segmentos | Portafolio de servicios CCMPC | 1 | Empresarios y comerciantes reconoce la marca CCMPC y conocen sus servicios y programas | | | | | | 1 | | | | | | | | | | |
| | | | Video institucional | 1 | | | | | | 1 | | | | | | | | | | | |
| | | Todos los segmentos | N° de calendario de pared y de escritorio elaborados y distribuidos | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | 2 |
| | | | Realización del tercer concurso fotográfico. | 1 | Marca CCMPC reconocida | | | | | | 1 | | | | | | | | | | |
| | Medios de comunicación | Celebración día del periodista | 1 | Medio de comunicación como aliados en la difusión de la información institucional | | 1 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fortalecimiento de la comunicación interna de la CCMPC (124) | Identificar necesidades de comunicación interna para desarrollar una estrategia | Funcionarios, contratistas, practicantes y aprendices SENA | Realizar un diagnóstico de la comunicación interna | 1 | Mayor satisfacción del cliente interno por las actividades y estrategias de comunicación implementadas | | | 50% | 50% | | | | | | | | | | | | |
| | | | Estructurar un plan de comunicaciones interno de acuerdo con los resultados arrojados por el diagnóstico | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
UNIDAD ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA - MERCADEO INSTITUCIONAL
PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 5

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTO | | | | | | | | | | | | | EGRESOS PÚBLICOS | | | |
|--|---|---|---|--|--|---|-----------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---|-----|---|-----|------------------|---------------|--------------|---------------|
| | | | | | | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | | | | |
| Contribuir al fortalecimiento de la narrativa institucional para que se convierta en cultura (143) | Profundizar en el conocimiento de nuestros grupos de interés | Profesionales y colaboradores de la entidad | campañas realizadas en el año. (CRM) | 3 | Conocimiento de los empresarios | | 1 | | | | 1 | | | | | 1 | | | \$ 4.700.000 | | |
| | | | Reportes de uso (CRM) | 10 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | | |
| | | Micro 1 y micro 2 | campaña realizada | 1 | | | | | | | | | | | | | | 1 | | \$ 4.000.000 | |
| | | Municipios Jurisdicción | Plan de vigilancia estratégica diseñado e implementado | 1 | | | | 17% | 17% | 17% | 17% | 17% | 17% | | | | | | | | |
| | | | Socialización y propuestas de mejora (vigilancia estratégica) | 1 | | | | | | | | | | | | | | 1 | | | |
| | | Profesionales y líderes de procesos de la entidad. | planes construidos, entregados y socializados. (planes de mercadeo) | 10 | | | | | | | | | | | | | | | 10 | | |
| | | Todo el personal de la entidad segmentado según roles | Programa diseñado y ejecutado (endomarketing) | 1 | | | | | | | | | | | | | | | 1 | | \$ 5.000.000 |
| | | | N° de mediciones del nivel de interiorización de la marca (narrativa) | 2 | 1 | | | | | | | | | | | | | | 1 | | |
| | | | Incremento del nivel de interiorización de la marca (endomarketing) | 20 puntos | | | | | | | | | | | | | | | 20 | | |
| | | Visibilización de la gestión de la entidad y posicionamiento de la marca CCMP (143) | Visibilizar la marca CCMP en el contexto global y regional | Entidades, gremios, instituciones académicas, aliados estratégicos y comerciantes. | Diseñar y ejecutar un plan para hacer presencia en eventos de ciudad y región. (Patrocinios) | 1 | La marca CCMP es reconocida | | | 25% | | | 25% | | | | 25% | | | 25% | \$ 54.000.000 |
| Aliados estratégicos, inversionistas, visitantes foráneos | Levantar línea base del nivel de recordación. (regalos publicitarios) | | | 1 | | | | 1 | | | | | | | | | | | \$ 6.000.000 | | |
| Empresarios de la jurisdicción según segmentación | Campaña publicitaria ejecutada | | | 1 | | | | 25% | | | 25% | | | | 25% | | | 25% | \$ 49.000.000 | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
 ÁREA DE CONTROL INTERNO
 PLAN DE ACCIÓN 2018 - OBJETIVO ESTRATÉGICO 5

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTO | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS |
|--|--|---------------------|-----------------------------------|------------|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Seguimiento a la efectividad del sistema de control interno y apoyo a su desarrollo, sostenimiento y mejoramiento continuo (123) | Actualizar y/o elaborar los mapas de riesgo por procesos | Todos los segmentos | Mapas actualizados y/o elaborados | 8 | Facilitar la gestión del riesgo. | | 1 | | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | | | 2 | \$ 750.000 |
| | Realizar auditorías internas | | Auditorías | 13 | Mejoramiento continuo del sistema mediante su evaluación | | 1 | | 1 | 1 | | 1 | 5 | 1 | | 1 | 2 | |
| | Verificar el cumplimiento de los planes de acción de las Unidades. | | Verificaciones | 3 | Generar alertas y alternativas para la ejecución del plan. | | | | | 1 | | 1 | | | | 1 | | |
| | Hacer seguimiento al cumplimiento de los planes de mejoramiento suscritos, internos y con entes externos | | seguimientos | 4 | Mejoramiento continuo del sistema a través de la implementación de acciones preventivas o correctivas. | | 1 | | | 1 | | 1 | | | | | | |
| | Apoyar la presentación de informes a Entes de control | Entes de control | Informes | 6 | Cumplir con los requisitos legales. | 2 | | | 2 | | | 1 | | | 1 | | | |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
 JUNTA DIRECTIVA
 PLAN DE ACCIÓN 2018

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTO | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS | |
|---|--|---|--|------------|---------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|-----|-----|------------------|-------------------|---------------|
| Apoyar y acompañar a la Junta Directiva para el desarrollo de sus actividades | Participación en la Asamblea de Confecámaras (101) | Todos los grupos de interés de la CCMPC | N° de asambleas a las que se asiste | 1 | | | | | | | | | | 1 | | | | \$ 21.262.000 | | |
| | Sesiones de Junta Directiva (103) | | N° de sesiones de Junta Directiva realizadas | 12 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | \$ 11.500.000 | |
| | Realizar las elecciones de Junta Directiva para el período 2018 - 2022 (104) | | Proceso de elecciones de Junta Directiva | 1 | | | | | | | | | | | 20% | 20% | 20% | 20% | 20% | \$ 18.000.000 |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS
 UNIDAD ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA
 OLIMPIADAS INTERCÁMARAS 2018
 PLAN DE ACCIÓN 2018. OBJETIVO ESTRATÉGICO 3

| ACTIVIDAD GENERAL | ACTIVIDAD ESPECÍFICA | SEGMENTO | INDICADOR | META ANUAL | IMPACTO | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS | INGRESOS PÚBLICOS |
|---|---|------------------------------------|---|------------|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---|---|---|---|------------------|-------------------|
| Realizar las Olimpiadas Intercámaras 2018 (125) | Promocionar la ciudad y la región, motivar a las cámaras, gestionar alianzas con entidades deportivas, crear la imagen, hacer congresillo técnico, realizar proceso de preinscripción e inscripción, hacer programación deportiva, desarrollar el evento, evaluar el impacto por su realización | 57 cámaras de comercio de Colombia | Olimpiadas Intercámaras 2018 realizadas | 1 | Reactivación económica del territorio, promoción de la región ante por lo menos 1.000 personas de diferentes ciudades del país, quienes serán multiplicadores de las bondades sociales, turísticas y culturales de Manizales y Caldas; integración de cámaras de comercio en búsqueda de trabajo en sinergia para el desarrollo del país. Por cada peso invertido en el evento, se espera que la ciudad obtenga una retribución en derrama económica de 17 pesos. | 12,5% | 12,5% | 12,5% | 12,5% | 12,5% | 12,5% | 12,5% | 12,5% | | | | | \$ 121.250.000 | \$ 71.250.000 |