



PLAN ESTRATEGICO 2020-2025



CONTENIDO

| | |
|--|----|
| INTRODUCCION..... | 1 |
| RESEÑA HISTÓRICA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LA GUAJIRA..... | 2 |
| CONSIDERACIONES PREVIAS A LA ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE LA ENTIDAD. | 3 |
| A nivel local:..... | 3 |
| A nivel nacional..... | 3 |
| ANTECEDENTES: FUNCIONES DE LA ENTIDAD DECRETO 1074 DE 2015..... | 4 |
| ROL ESTRATÉGICO DE LA ENTIDAD..... | 4 |
| ASPECTOS PARA RESALTAR EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS HASTA EL AÑO 2020: | 5 |
| RESULTADOS DE LAS REUNIONES CON LAS ÁREAS..... | 6 |
| • Área de Gestión documental..... | 6 |
| • Área de Promoción y Desarrollo..... | 6 |
| • Área de sistemas..... | 7 |
| • Sedes de Maico y el Sur de la entidad..... | 8 |
| • Área de Registros Públicos..... | 8 |
| • Área administrativa y de presidencia..... | 9 |
| MATRIZ DOFA ACTUALIZADA:..... | 9 |
| MISIÓN 2020- 2025 | 12 |
| VISIÓN 2020-2025 | 12 |
| DOFA Cruzada para determinar los objetivos estratégicos | 12 |
| OBJETIVOS ESTRATEGICOS..... | 13 |
| Cuadro comparativo objetivos estratégicos 2020 vs 2025 | 14 |
| Relación de los Objetivos Estratégicos y las funciones estratégicas y criterios de cumplimiento de los objetivos estratégicos: | 14 |
| REFERENCIAS | 17 |

INTRODUCCION

La Cámara de Comercio de La Guajira, liderada por su Presidente Ejecutivo Dr. Álvaro Romero Guerrero, presenta un resumen del trabajo realizado en el 2020, que culminó en la nueva visión de la entidad y sus correspondientes objetivos estratégicos.

Los retos para formular el Plan Estratégico 2020-2025 fueron muchos de resaltar los indicadores de pobreza y el desempleo en el departamento; el inicio de la emergencia económica y social por el COVID-19 donde el impacto más fuerte fue a los sectores de comercio y turístico este último el de mayor crecimiento del año anterior.

De resaltar que con los objetivos del plan estratégico anterior se efectuaron adecuaciones en sistemas y tecnológicos las cuales permitieron un cambio más oportuno al trabajo desde casa, las competencias desarrolladas, en el talento humano, fue un factor de éxito en logro de la transformación necesaria para el nuevo servicio virtual ofrecido a los clientes de la entidad.

Con el Plan Estratégico de la Entidad 2020-2025, la entidad muestra la ruta de los próximos cinco años para participar en el desarrollo sostenible empresarial y por ende al desarrollo económico de la región.

Agradecimientos a la Junta Directiva que con sus aportes se logró la construcción definitiva de este Plan Estratégico.

RESEÑA HISTÓRICA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LA GUAJIRA

En Colombia se creó la Cámara de Comercio de Bogotá en 1878 y posteriormente bajo disposiciones de la ley 111 de 1890 se determinaron las normas que comenzaron a regirla y que dieron pie para la creación de las cámaras de Medellín, Tunja, Cali, Manizales, Bucaramanga, Cartagena, Cúcuta y Barranquilla.

Por iniciativa de un distinguido grupo de comerciantes e industriales de la región se fundó la Cámara de Comercio de Riohacha a raíz de la creación del departamento de La Guajira. Este grupo de amigos conformó un comité provisional para adelantar y gestionar todo lo pertinente a la creación de la Cámara de Comercio de Riohacha y que tuviera como jurisdicción el departamento de La Guajira. Este comité viajó por todos los municipios del departamento, realizando reuniones con los comerciantes, donde hacían la promoción de la cámara de comercio y nombraban personas para mantener viva la iniciativa, finalmente autorizados por el comité provisional, se viajó a la ciudad de Bogotá, y se consiguió que el gobierno nacional autorizara su creación por medio del decreto nacional número 1409 del 3 de junio de 1965, con jurisdicción en todo el departamento de La Guajira.

La Guajira se encuentra dividida en tres zonas: Alta, media y baja Guajira debido a factores climáticos y características geológicas que generan costumbres que identifican a las personas de una y otra zona. Estas diferencias culturales originaron en algunas ocasiones una falta de identidad con la Cámara de Comercio de Riohacha. El trabajo adelantado en el departamento en los últimos años evidencia estas diferencias, que se reflejaron con la creación de la cámara, por lo que los comerciantes manifestaron su deseo de erradicarlas solicitando el cambio de nombre de Cámara de Comercio de Riohacha a **Cámara de Comercio de La Guajira**, generando así un mayor compromiso y sentido de pertenencia con la región y de los empresarios con la institución. El decreto No. 2488 del 22 de noviembre de 2001 expedido por el ministerio de Desarrollo Económico autoriza el cambio de nombre de la Cámara.

Desde sus inicios la Cámara de Comercio de La Guajira emprende el camino hacia la prestación de servicios a la comunidad, promocionando y liderando iniciativas que traducen bienestar para el Departamento.

CONSIDERACIONES PREVIAS A LA ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE LA ENTIDAD.

A nivel local:

- Riohacha se ubica con 22.1 de Tasa de Desempleo, en el mes de abril de 2020, es la cuarta ciudad de Colombia con la tasa más alta, acorde con el Estudio Socio Económico 2017-2019 del Cámara de Comercio de La Guajira).
- Brecha grande en el cumplimiento de los objetivos ODS, en cuanto a pobreza, salud y educación (Cámara de Comercio de La Guajira, Estudio Socio Económico 2017-2019).
- El 97.3 de las empresas registradas en la entidad son MiPymes (Cámara de Comercio de La Guajira, Estudio Socio Económico 2017-2019).
- El sector mayor crecimiento en el 2019 fue restaurantes y hoteles (Cámara de Comercio de La Guajira, Estudio Socio Económico 2107-2019) y son los mayores afectados por la crisis del covid-19.

A nivel nacional

- Crisis de confianza que afecta la creatividad y el apoyo a instituciones democráticas (Confecámaras, plan anual de trabajo 2020).
- Mayor número de emigrantes venezolanos (Confecámaras, plan anual de trabajo 2020).
- Documentos CONPES de emprendimiento (3866-DNP), propiedad intelectual (3533-DNP), ciencia y tecnología (3697-DNP).
- Las regiones administrativas de planificación RAP (art 306 C.P).
- Clúster de energías renovables para el Caribe Colombiano.
- Incentivos tributarios para las Zonas Económicas Sociales (ZESE), y las Zonas afectadas por el conflicto armado (ZOMAC) y otras.
- El COVID -19 a dejado sin trabajo a uno de cada cinco colombianos y la CEPAL advierte que se podrían perder unas 140.000 empresas (El Tiempo ed. 38547).
- Apoyar programas masivos de capacitaciones en el cierre de brechas digitales, tanto a empresarios como a trabajadores (OIT, estrategias para recuperar el empleo).
- Volver las oportunidades de negocio microempresas para el auto empleo (OIT, estrategias para recuperar el empleo).
- De las doce actividades económica en que se desagrega el PIB por el lado de la oferta diez presentan desempeño negativo y solo dos positivo:

actividades financieras y de seguro, y actividades inmobiliarias a agosto del 2020. (Gobierno Nacional, Panorama Macroeconómico Mundial y Nacional, 2020)

- Las tasas de inflación las de menores variaciones: prendas de vestir (-2,75%), educación (-1,56 %) y muebles y artículos para el hogar (-0,84 %). (Gobierno Nacional, Panorama Macroeconómico Mundial y Nacional octubre 2020).

ANTECEDENTES: FUNCIONES DE LA ENTIDAD DECRETO 1074 DE 2015.

En cuanto al decreto 1074 de 2015 se resaltan los siguientes artículos que señalan Confecámaras para priorizar:

- Art 8. Promover la formalización, el fortalecimiento y la innovación empresarial, así como desarrollar actividades de capacitación en las áreas comercial e industrial y otras de interés regional, a través de cursos, seminarios, conferencias y publicaciones.
- Art 9. Promover el desarrollo regional y empresarial, el mejoramiento de la competitividad y participar en programas nacionales de esta índole.
- Art 14. Promover programas, y actividades en favor de los sectores productivos en que les corresponda actuar, así como la promoción de la cultura, la educación, la recreación y el turismo.
- Art 15. Participar en actividades que tiendan al fortalecimiento del sector empresarial, siempre y cuando se pueda demostrar que el proyecto representa un avance tecnológico o suple necesidades o implica el desarrollo para la región.

ROL ESTRATÉGICO DE LA ENTIDAD

En relación con instrucciones de la Super Intendencia de Industria y Comercio a Confecámaras los siguientes son las directrices para elaboración del Plan Estratégico 2020- 2025 para las Cámaras de Comercio:

- La presencia de la entidad en todo el departamento.
- Rol como Agencia de desarrollo.

- Líderes de la competitividad regional.
- Empoderar el sector empresarial.
- Condición de Gestora de Confianza.

ASPECTOS PARA RESALTAR EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS HASTA EL AÑO 2020:

De los Planes Anuales de Trabajo años 2016 – 2017, en cumplimiento de los objetivos estratégico se presenta el siguiente cuadro:

| Objetivos estratégicos 2016- 2020 | Actividades relevantes (2016-2020) |
|---|--|
| Generar cobertura en la entidad con servicios innovadores | <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo tecnológico de la entidad en registro. • VUES-CAES. • Campañas de formalización. • Veedurías ciudadanas. • Programa de conciliadores escolares |
| Conformar equipos de trabajo con los empresarios a nivel nacional e internacional para generar competitividad y desarrollo empresarial | <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento del clúster turístico, red de emprendimiento, y alianzas para el desarrollo empresarial. • Agencias de inversión. • Gestión para la instalación del centro de ferias y exposiciones. • Realización y acompañamiento a ferias, ruedas de negocio y misiones comerciales. • Red de emprendimiento. |
| Acompañar al empresario de la región con un servicio integral que permita desarrollar su emprendimiento fortalecimiento e innovación. | <ul style="list-style-type: none"> • Agendas de apuestas productivas. • Procesos de innovación empresariales. • Participación en convocatorias para proyectos de emprendimientos. • Capacitaciones al empresario. |
| Fortalecer y mantener la capacidad institucional para prestar unos servicios acordes con las expectativas de los clientes. | <ul style="list-style-type: none"> • Los SGC, ST -SSG, SCCI. • Atención al cliente, presentación de estudios y mantenimientos. • Gestión del R: H: • Promoción de los servicios delegados. • Desarrollo de los servicios digitales. • Avances tecnológicos en las aplicaciones utilizadas. |

Cuadro 1. objetivos estratégicos (2016-2020) vs actividades relevantes (2016-2020).

RESULTADOS DE LAS REUNIONES CON LAS ÁREAS.

Se muestran los resultados de las reuniones con las áreas para la actualización de la matriz DOFA de la entidad así:

- **Área de Gestión documental**

| FORTALEZAS | DEBILIDADES | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|---|---|---|---|
| El sistema de gestión documental | No presencia de la entidad de manera permanente en los puntos de desarrollo turístico del departamento. | Convenios empresariales con entidades gubernamentales | Alto costo en los arriendos de los locales comerciales. |
| El Sistema de seguridad y salud en el trabajo | Campañas de incentivos nuevos comerciantes. | Acompañamiento del sector empresarial en los puntos de desarrollo turístico | Informalidad general del comercio |
| Información ágil, veraz y confiable | | | |

Identificaron las siguientes propuestas:

- ✓ Campañas para incentivar a los pequeños comerciantes a registrarse en la entidad, en coordinación con las Alcaldías, Policía, Dian al igual llevarles incentivos (agendas, alcancías, llaveros)

- **Área de Promoción y Desarrollo**

| FORTALEZAS | DEBILIDADES | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|---------------------------------------|--|--|---|
| La imagen institucional de la entidad | Alinear el PAT con los objetivos de desarrollo sostenible | Incrementar los niveles de innovación y desarrollo empresarial de la región. | Los índices de inseguridad en el territorio. |
| | Integrar y valorizar los activos intangibles (metodologías) de la Organización | El aprovecha la presencia de la Cámara en las múltiples mesas sectoriales | La corrupción pública presente en el territorio |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | Generar campañas de sensibilización en el uso correcto de la base de datos de la entidad. | | |
| | Implementar un sistema de fidelización del cliente | | |

Identificaron de las siguientes propuestas:

- ✓ Convenios con universidades para asesorías personalizadas que permitan diagnosticar líneas de intervención y posterior formulación de proyectos, que permitan subsanar las necesidades y que se motive la contratación de esos estudiantes que realizaron el acompañamiento a estas empresas.
- ✓ Actividades de desarrollo empresarial en los municipios a través de convenios públicos privados.
- ✓ Institucionalizar el premio departamental para la innovación empresarial.
- ✓ Fortalecer una marca que estimule la compra de los productos del territorio denominado “GUAJIRO COMPRA GUAJIRO”.
- ✓ Convenio con Corpoguajira y el Departamento para fomentar la Economía Circular en los empresarios y la ciudadanía.
- ✓ Estrategias de Marketing y fidelización del cliente.

• **Área de sistemas**

| FORTALEZAS | DEBILIDADES | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|--|---|-----------------------------|-----------------------------------|
| Generar espacios de formación con las actividades de su perfil | Mayor apropiación de la tecnología por parte del personal | Las asesorías virtuales. | Ingovernabilidad en el territorio |
| | | Uso de las energías limpias | |

Identificaron de las siguientes propuestas

- ✓ Fortalecer la presencia en todo el departamento sobre todo en las zonas donde no hay punto de la entidad.
- ✓ Cámara Móvil Integral (sistemas, planeación y registro).
- ✓ Promover los tramites en línea de la entidad

• Sedes de Maico y el Sur de la entidad.

| FORTALEZAS | DEBILIDADES | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|---|--|--|-------------------------------------|
| Capacitar a los consejos regionales territoriales | Redes de desarrollo turísticos | Emprendimientos sociales | Extorsión y secuestro e inseguridad |
| | Promover las energías limpias. | Promover la Economía Naranja y lo étnico religioso | |
| | Información no confiable de la base de datos | Agencias de desarrollo económico | |

Identificaron las propuestas

- ✓ Trabajar de la mano con las Alcaldías en los planes locales de desarrollo.
- ✓ Establecer los comités locales de emprendimiento.
- ✓ Promover el sector turismo – restaurantes y servicios.
- ✓ Trabajar en la formalización.

• Área de Registros Públicos

| FORTALEZAS | DEBILIDADES | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|---------------------------------------|-------------|--|--|
| Talento humano capacitado | | Desarrollo como un departamento turístico y cultural | La pandemia del Covid 19 como factor de disminución de los ingresos y cierre |
| Plataforma tecnológica | | Cultura de la innovación | |
| Los estándares en el área de registro | | | |

Identificaron las siguientes propuestas

- ✓ Mapa de la base de datos de los empresarios.
- ✓ Ayuda practicas permanentes para realizar los procesos en el sistema.
- ✓ Mejorar las estrategias tecnológicas de comunicación.

- **Área administrativa y de presidencia**

| FORTALEZAS | DEBILIDADES | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|------------|---|--|--|
| | Nivel de integración áreas de la entidad. | Alianzas con entidades públicas y académicas | Emergencia económica y social (# empresas cerradas, nuevas medidas gobierno central) |
| | | Políticas fiscales de zonas de frontera | Eliminación de los servicios delegados |
| | | Convenios de cooperación internacional | Disminución tarifas del Gobierno. |

Identificaron las siguientes propuestas

- ✓ Liderazgo visible en competitividad regional.
- ✓ Atención personalizada al cliente permanente.
- ✓ Innovación de los servicios.
- ✓ Formación del capital humano en tecnología.
- ✓ Promover la cultura empresarial.
- ✓ Desarrollar competencias en el manejo de las redes sociales.

MATRIZ DOFA ACTUALIZADA:

Con los aportes de la Junta Directiva se definió la nueva Matriz DOFA de la entidad, así:

| FORTALEZAS | DEBILIDADES | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|---|--|--|---|
| F1. Alto nivel de integración de las áreas de trabajo en pro del alcance de la visión y objetivos institucionales | D1 Promoción de la entidad en cuanto a su rol d promotora regional. | O1. Alianzas con entidades públicas y privadas para desarrollar proyectos conjuntos de interés común. | A1 Delegación de las actividades propias de lo servicios camerales a las administraciones territoriales |
| F2 cumplimiento de los términos de Ley en la prestación de los servicios | D2. Nivel de implementación de los archivos de gestión de la entidad | O2. Desarrollo de nuevos servicios para el fortalecimiento empresarial en creatividad e innovación en las empresas de la región. | A2.-Eliminación del cobro de la tasa de renovación y disminución de las tarifas de registro público. |
| F3. Apropiación de un sistema de gestión certificado en ISO 9001:2015, SG_SST, Gestión documental y SICCI | D3. Infraestructura física deficiente, en cuanto a espacios de trabajo y auditorios para reuniones y capacitaciones. | O3. Departamento de la Guajira en el desarrollo de su potencial turístico y cultural para el fortalecimiento de clústeres, implementación de normas técnicas en turismo sostenible y economía naranja. | A3 número de empresas cerradas por la emergencia económica y social |
| F4 Talento humano capacitado, apropiado de la nueva tecnología y dispuesto a responder al cambio. | D4. Ausencia de estrategias de relacionamiento corporativo para proyectos de impacto regional | O4. Beneficios de la normatividad: Ley de emprendimiento, ZOMAC, Ley de fronteras y ZESE. | A4. Disminución del número de afiliados que garantizan la gobernabilidad de la entidad. |
| F5. Liderazgo en los procesos. | D6.- Diseños de servicios innovadores para la generación ingresos | O5. Nueva normatividad del gobierno para atender las emergencias económicas y sociales. | A5 Baja calidad, poca continuidad y altos costos de los servicios públicos para la inversión. |
| F6. Evaluación de la prestación del servicio para la mejora continua de los procesos | D7. Escasos recursos económicos para proyectos y programas | O6. La posibilidad de realizar convenios y o alianzas de desarrollo empresarial con entidades gubernamentales o de cooperación internacional. | A6 la informalidad y el desempleo alta |
| F7 Uso de plataforma tecnológica para la prestación de los servicios | D8. La estructura por procesos actual del área de gestión humana de la entidad | O7. Gremio empresarial más grande y representativo de la región | A7. Entrada y creación de otras Cámaras de Comercio en la jurisdicción |
| F8.-Posicionamiento y reputación de la entidad | | O8. Desarrollo de proyectos articulados con otras Cámaras de Comercio | A8. Inseguridad de los comerciantes de la región |

| | | | |
|----------------------------------|--|---|--|
| F9- Cobertura en la jurisdicción | | O9. Escenarios de participación con el sector público y privado ejemplo: la secretaria técnica de competitividad. | A9. Dificultades en la articulación para trabajar los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los Planes de Desarrollo a nivel nacional y territorial |
| | | O10. Nuevos proyectos y empresas industriales asentadas en el territorio, por ejemplo: las energías limpias y renovables del departamento y las empresas de servicios públicos. | A9. Ingovernabilidad de las instituciones públicas. |

MISIÓN 2020- 2025

Organización gremial privada, generadora de confianza y comprometida con el desarrollo sostenible, que orienta sus recursos a la prestación de servicios innovadores, apoyado en un talento humano competente para impulsar crecimiento económico regional.

VISIÓN 2020-2025

En el 2025 la Cámara de Comercio de la Guajira será la principal agencia articuladora del desarrollo sostenible empresarial y del crecimiento económico regional.

DOFA Cruzada para determinar los objetivos estratégicos

a) Debilidades vs Oportunidades y Amenazas

| | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|-------------|--|---|
| DEBILIDADES | <p>ESTRATEGIA ADAPTATIVA, DESAFIOS.</p> <p>Normatividad nacional para La Guajira articuladas con las actividades y servicios innovadores de desarrollo empresarial. (D6-O4).</p> <p>Estrategias de Relaciones públicas de la entidad frente a los nuevos proyectos de inversión en el Departamento. (D5, D7- O6, O7, O10).</p> <p>Articular los empresarios alrededor de la competitividad y el desarrollo regional desde los objetivos de desarrollo sostenible (ODS). (D6, D7/O4, O6, O7, O10).</p> | <p>ESTRATEGIAS DEFENSIVAS</p> <p>Servicios innovadores, mejorar los espacios de trabajos y salones de reuniones y capacitaciones, nuevas fuentes de ingreso de la entidad (D3, D6, -A1,A2).</p> <p>Promoción de la entidad en su rol social, de empoderamiento empresarial para incrementar el numero de afiliados (D1-A4).</p> <p>Fortalecer el talento humano de la entidad para prestar un mejor servicio a los afiliados y contribuir al empleo de la región. D4, D8/A6, A4</p> <p>Fortalecer el rol de la entidad como gestora de relaciones de confianza para favorecer el entorno empresarial. (D3, D4,D8, D6/A1, A2, A4)</p> |

b) Fortalezas vs Oportunidades y Amenazas

| | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|-------------------|--|--|
| FORTALEZAS | <p>ESTRATEGIAS OFENSIVAS, POTENCIALIDADES</p> <p>Alianzas nacionales e internacionales para incrementar los niveles de innovación empresarial tecnología con el talento humano capacitado de la entidad (F4,F7-02). Sistemas de gestión certificados para asesorías y capacitación personalizadas en el desarrollo del sector turístico del departamento. (F2, F3-O3, O5).</p> <p>Liderar la cultura del emprendimiento, la innovación y promover el desarrollo tecnológico. (F2, F3,F4,F7 /O2,O3,O5)</p> | <p>ESTRATEGIAS REACTIVAS, RIESGO</p> <p>Aprovechar el cubrimiento de la entidad en todo el departamento para dar apoyo al crecimiento empresarial. (F8, F9- A7). Trabajo en equipo a nivel territorial, nacional e internacional para fomentar el emprendimiento, disminuir los indicadores de desempleo. (F1-F5-F6-A6).</p> <p>Asegurar la presencia de la entidad en el área de influencia, en la formalización y el fortalecimiento empresarial con servicios innovadores. (F1-F5-F6-F8-F9/A6-A7).</p> |

OBJETIVOS ESTRATEGICOS

Nuevos 2020 - 2025

- ✓ Asegurar la presencia de la entidad en el área de influencia, en la formalización y el fortalecimiento empresarial con servicios innovadores.
- ✓ Articular los empresarios alrededor de la competitividad y el desarrollo regional desde los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- ✓ Liderar la cultura del emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico.
- ✓ Fortalecer el rol de la entidad como gestora de relaciones de confianza para favorecer el entorno empresarial.

Cuadro comparativo objetivos estratégicos 2020 vs 2025

| OBJETIVOS ESTRATEGICOS AL 2020 | OBJETIVOS ESTRATEGICOS 2025 |
|---|--|
| Generar cobertura y crecimiento de la entidad con servicios innovadores. | Asegurar la presencia de la entidad en el área de influencia, en la formalización y el fortalecimiento empresarial con servicios innovadores |
| Conformar equipos de trabajo con los empresarios a nivel nacional e internacional para generar competitividad y desarrollo empresarial. | Articular los empresarios alrededor de la competitividad y el desarrollo regional desde los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). |
| Acompañar al empresario de la región con un servicio integral que permita desarrollar su emprendimiento fortalecimiento e innovación. | Liderar la cultura del emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico. |
| Fortalecer y mantener la capacidad institucional para prestar unos servicios acordes a las expectativas de los clientes. | Fortalecer el rol de la entidad como gestora de relaciones de confianza para favorecer el entorno empresarial. |

Relación de los Objetivos Estratégicos y las funciones estratégicas y criterios de cumplimiento de los objetivos estratégicos:

- a) **Articular los empresarios alrededor de la competitividad y el desarrollo regional desde los objetivos de desarrollo sostenible (ODS)**

| FUNCIONES ESTRATÉGICAS | CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO | INDICADORES |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Liderar los Comités de emprendimiento, regional y locales. • Articulación con otras Cámaras de Comercio. • Elaborar proyectos para el desarrollar los ODS en convenio con los aliados estratégicos. • Ejercer la secretaria técnica de la Comisión de Competitividad Regional. • Participar en las mesas sectoriales de los planes de desarrollo territoriales • Liderar estudios e investigaciones socioeconómicos de la región. • Programa de conciliación escolar. • Empoderar el centro de solución de conflictos. • Retomar la marca La Guajira • Convocar el premio a la innovación empresarial. • Liderar la creación del Centro de Eventos y Convenciones Regional. • Participar y promover las veedurías ciudadanas. | <ul style="list-style-type: none"> • Articulación de gobierno y empresarios. • Fomento del ecosistema empresarial. • Vocera del interés regional. | <ul style="list-style-type: none"> • # actividades en conjunto con los mandatarios territoriales. • # de pronunciamientos. • # de estudios o investigaciones socio económicas • # de proyectos de ODS en ejecución. • # de proyectos con otras Cámaras de Comercio. |

b) Asegurar la presencia de la entidad en su área de influencia, en la formalización y el fortalecimiento empresarial con servicios innovadores

| FUNCIONES ESTRATÉGICAS | CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO | INDICADORES |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Virtualidad de los registros públicos. • Ofrecer servicios empresariales innovadores. • Realizar talleres, seminarios y capacitaciones a los empresarios. • Programa integral de Cámara Móvil. • Promover las afiliaciones de los comerciantes. • Tener nuevos puntos de atención. | <ul style="list-style-type: none"> • Promoción de la formalización y la afiliación de comerciantes. • Cobertura del registro público. • Atención virtual personalizada. | <ul style="list-style-type: none"> • > # de renovados, matriculados y afiliados. • # de municipios visitados sin puntos de atención. • # de tramites virtuales • # de información de bases de datos entregadas. |

| | | |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Sistema de fidelización a nuestros clientes. • Mantener información de bases de datos, ágil, veraz, especializada y confiable. | | |
|---|--|--|

c) Liderar la cultura del emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico

| FUNCIONES ESTRATÉGICAS | CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO | INDICADORES |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Liderar programas de apoyo empresarial nacionales e internacionales en la jurisdicción. • Realizar y promover la participación de los empresarios en ferias y misiones comerciales. • Articular del sector empresarial con las políticas nacionales y territoriales. • Realizar la Asamblea anual de afiliados, reconocimiento y distinciones a los empresarios. • Promoción de certificaciones con normas técnicas sectoriales ejemplo, turismo y sostenibilidad, calidad y SG-SST • Talleres y seminarios de desarrollo empresarial. | <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo empresarial y sostenibilidad. • Promoción de empresas de la región. • Programa de apoyo a la productividad empresarial. | <ul style="list-style-type: none"> • # de programas de apoyo a los empresarios. • # actividades de promoción a las empresas. • # de empresarios capacitados. • # de empresarios asesorados. |

d) Fortalecer el rol de la entidad como gestora de relaciones de confianza para favorecer el entorno empresarial

| FUNCIONES ESTRATÉGICAS | CRITERIOS DE CUMPLIMIENTO | INDICADORES |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Capacitar al talento humano en función de un mejor servicio a los clientes. • Mantener una administración financiera y tributaria eficiente. • Informes oportunos a los entes de control. • Sistemas y tecnologías de la información. • Administrar el riesgo de la entidad. • Promoción de la imagen de la entidad | <ul style="list-style-type: none"> • Reputación de la entidad. • Cumplimientos entes de control. • Mejora continua | <ul style="list-style-type: none"> • # acciones de mejora continua. • # informes oportunos entes de control. • # pqr sd Atendidas. • Resultados de la evaluación de personal. • Resultados evaluación de desempeño de los SGC |

| | | |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Mantener el sistema de Gestión de la Calidad, SG-SST, de gestión documental. • Garantizar la infraestructura física y tecnológica de la entidad acorde a las expectativas de los clientes. • Promoción y hacerle seguimiento de PQR. • Actualización de la página WEB. | | , SG-SST, SCCI y el sistema de Gestión Documental. |
|---|--|--|

REFERENCIAS

David, F. (1988). La Gerencia Estrategica. Editorial. Legis S.A.

Camara de Comercio de La Guajira (2019). Estudio Socio Economico 2017-2019. Recuperado de:<https://www.camaraguajira.org/nosotros/informe-socioeconomico-departamento-de-la-guajira/636-informe-socio-economico-de-la-guajira-2019.html>

Confecamaras (2020). Plan anual de trabajo, descargado de: confecamaras.org.co>5-mision-visio-y-objetivos, el dia 10 de octubre 2020.

Presidencia de la Republica de Colombia (2008). Documentos Compes 3533 “por la que establecio algunos lineamientos propiedad intelectual competitividad y productividad nacional”.

Presidencia de la Republica de Colombia (2016). Documentos Compes 3866 “Política Nacional de Desarrollo Productivo”.

Congreso de Colombia, (1991). Art. 306 Constitución Política. Regiones Administrativas de Planificación.

Presidencia de la Republica de Colombia (2015), Decreto 1074. Art 8,9,14 y 15.

Presidencia de la Republica de Colombia, (2017) Decreto 1650, Zonas Afectadas por el Conflicto Armado ZOMAC.

Congreso de Colombia,(2019) ley 1955, Regimen especial en materia tributaria ZESE. Zona economica y social especial.

Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2020), observatorio OIT el COVID-19 y el mundo dl trabajo. Desargado de: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms_740981.pdf,