

PLAN DE MEJORAMIENTO DEL CENTRO DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA
CÁMARA DE COMERCIO DE CALI 2023-2025

INFORME PRÁCTICA PROFESIONAL

VALERIA BOLAÑOS SALIM



Universidad del Valle

Facultad de Ciencias de la Administración

Administración de Empresas

Santiago de Cali

2023

PLAN DE MEJORAMIENTO DEL CENTRO DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LA
CÁMARA DE COMERCIO DE CALI 2023-2025

INFORME PRÁCTICA PROFESIONAL

Valeria Bolaños Salim

Informe de práctica para optar por el título de Administrador de Empresas

Director trabajo de grado

Prof. Benjamín Betancourt Guerrero

Universidad del Valle

Facultad de Ciencias de la Administración

Administración de Empresas

Santiago de Cali

2023

Contenido

TABLA DE PIEZAS GRÁFICAS	8
TABLA DE FOTOGRAFÍAS	9
RESUMEN.....	10
PALABRAS CLAVE.....	11
0. INTRODUCCIÓN	12
1. ASPECTOS METODOLÓGICOS	13
1.1. Planteamiento del problema	13
1.2. Formulación del problema.....	17
1.3. Sistematización del problema	17
1.4. Justificación	18
1.5. Objetivos.....	19
1.5.1. Objetivo General	19
1.5.2. Objetivos Específicos	19
1.6. Tipo de Estudio.....	20
1.6.1. Estudio Exploratorio.....	20
1.7.Método	21
1.7.1.Analítico Deductivo	21
1.8. Instrumentos Metodológicos	22
1.8.1. Cuestionario y entrevista	22
1.8.2. Grupos Focales.....	30
1.8.3. Guía de Organización de Eventos Empresariales	31
1.9. Marcos Referenciales.....	34
2. HISTORIA Y CARACTERIZACIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE CALI	36
2.1. Historia.....	36
2.1.1. Años 1910-1916	36
2.1.2. Años 1929-1931	37
2.1.3. Años 1950-1976	37
2.1.4. Años 1983-1993	38
2.1.5. Año 1997-2012	38

2.1.6. Año 2014.....	39
2.1.7. Año 2015 - 2016	39
2.1.8. Año 2017-2019	40
2.1.9. Año 2020-2022	40
3. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL CENTRO DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL.....	44
3.1. Situación actual	44
3.2. Recursos y capacidades del CCE.....	50
3.3. Dificultades	51
4. OPINIÓN DE LOS EMPRESARIOS	52
4.1. Tratamiento de datos (Pregunta 1, 2 y 3)	54
4.2. Temática abordada (Pregunta 4)	58
4.3. Conexiones empresariales (Pregunta 5)	62
4.4. Aspectos por mejorar (Pregunta 6).....	66
4.5. Participación de futuros eventos (Preguntas 7 y 8).....	70
5. ENTREVISTA A EXPERTOS	73
5.1. Objetivo.....	73
5.2. Preguntas	73
5.3. Expertos entrevistados.....	74
5.3.1 Melquicedec Lozano.....	74
5.3.2 Fernando Echeverry	75
5.3.3 Jean Carlo Guerrero	76
5.3.4 Camila Chávez.....	77
5.4. Malla de Lectura.....	79
5.5. Análisis de resultados	92
6. PLAN DE ACCIÓN.....	98
6.1. Objetivo 1.....	99
6.1.1. Estrategia 1.....	99

6.1.1.1 Acciones	99
6.1.2. Estrategia 2.....	99
6.1.2.1 Acciones	99
6.1.3. Estrategia 3.....	100
6.1.3.1 Acciones	100
6.2. Objetivo 2.....	100
6.2.1. Estrategia 1.....	100
6.2.1.1 Acciones	100
6.2.2. Estrategia 2.....	100
6.2.2.1 Acciones	101
6.2.3. Estrategia 3.....	101
6.2.3.1 Acciones	101
6.3. Objetivo 3.....	101
6.3.1. Estrategia 1.....	101
6.3.1.1. Acciones	101
6.3.2. Estrategia 2.....	101
6.3.2.1. Acciones	102
6.3.3. Estrategia 3.....	102
6.3.3.1. Acciones	102
6.4 Cronograma.....	103
6.4.1. Enero - Marzo 2024: Preparación y Diagnóstico	103
6.4.1.1 Enero	103
6.4.1.2 Febrero	103
6.4.1.3 Marzo.....	103
6.4.2. Abril - Junio 2024: Implementación de Programas y Capacitación	103
6.4.2.1 Abril	103
6.4.2.2 Mayo	103
6.4.2.3 Junio	104
6.4.3 Julio - Septiembre 2024: Evaluación y Retroalimentación	104
6.4.3.1 Julio	104
6.4.3.2 Agosto	104
6.4.3.3 Septiembre	104
6.4.4 Octubre - Diciembre 2024: Consolidación y Cierre del Año	104
6.4.4.1 Octubre	104
6.4.4.2 Noviembre	105

6.4.4.3 Diciembre	105
6.5 Plan financiero y presupuestal	106
6.5.1 Enero - Marzo 2024: Preparación y Diagnóstico	106
6.5.1.1 Enero	106
6.5.1.2 Febrero	106
6.5.1.3 Marzo	106
6.5.2. Abril - Junio 2024: Implementación de Programas y Capacitación	106
6.5.2.1 Abril	106
6.5.2.2 Mayo	107
6.5.2.3 Junio	107
6.5.3 Julio - Septiembre 2024: Evaluación y Retroalimentación	107
6.5.3.1 Julio	107
6.5.3.2 Agosto	107
6.5.3.3 Septiembre	107
6.5.4 Octubre - Diciembre 2024: Consolidación y Cierre del Año	108
6.5.4.1 Octubre	108
6.5.4.2 Noviembre	108
6.5.4.3 Diciembre	108
6.6 Seguimiento y control	109
6.6.1 Indicadores de Progreso	109
6.6.2 Indicadores de Calidad de Servicio	109
6.6.3 Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial (RSE):	109
6.6.4 Indicadores de Eficiencia y Productividad	110
6.6.5 Indicadores de Impacto	110
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	111
8. ANEXOS	113
BIBLIOGRAFÍA	142

TABLA DE GRÁFICAS

Gráfica 1 Organigrama CCC	13
Gráfica 2 Organigrama área de Fortalecimiento Empresarial.....	14
Gráfica 3. Encuestas de recreación al aire libre	23
Gráfica 4 Consideración de la temática abordada en el conéctate	59
Gráfica 5 Conexiones empresariales	65
Gráfica 6 Frecuencia de respuestas	66
Gráfica 7 Interés en próximos eventos	71
Gráfica 8 Horarios para futuros eventos.....	72

TABLA DE PIEZAS GRÁFICAS

Pieza gráfica 1. Servicios Centro de Crecimiento Empresarial	15
Pieza gráfica 2 Orientación CCE.....	45
Pieza gráfica 3 Orientación CCE.....	45
Pieza gráfica 4 Orientación CCE.....	46
Pieza gráfica 5 y 6 Invitación eventos CCE	48

TABLA DE FOTOGRAFIAS

Fotografía 1 y 2 Orientación iniciativa Barrios Vibrantes	47
Fotografía 3. Cita orientación empresarial	48
Fotografía 4 Evento Reconéctate	52
Fotografía 5 Evento Reconéctate	52
Fotografía 6 Entrevista Melquicedec Lozano	74
Fotografía 7 Entrevista a Fernando Echeverry	75
Fotografía 8 Entrevista a Jean Carlo Guerrero	76
Fotografía 9 Entrevista a Camila Chávez	77

RESUMEN

El siguiente informe describe el trabajo realizado por el practicante en el Centro de Crecimiento Empresarial de la Cámara de Comercio de Cali, destacando la importancia de esta etapa para la empresa y el estudiante en su culminación de la universidad como en el inicio de su vida laboral con las experiencias y vivencias obtenidas en el desarrollo de actividades y eventos realizados desde el área.

Por lo anterior, se precisa la necesidad de proponer una herramienta que permita conocer los puntos de vista de los empresarios que participan en las actividades, logrando así una retroalimentación para la aplicación de lecciones aprendidas, estandarizando una guía para el mejoramiento de eventos y las experiencias que los usuarios tengan para el conocimiento y para aplicar en las empresas, emprendimientos e ideas de negocio. La experiencia de los empresarios en eventos empresariales es crucial debido a varias razones fundamentales, desde la construcción de redes de contactos hasta la generación de oportunidades comerciales y el aprendizaje constante, estos eventos pueden ser catalizadores significativos para el crecimiento y el éxito de una empresa. Los empresarios con experiencia saben cómo maximizar el valor de estas ocasiones y, por lo tanto, pueden obtener mayores beneficios para sus negocios en el largo plazo; estos eventos, que pueden incluir conferencias, ferias comerciales, encuentros de networking y presentaciones, son oportunidades valiosas para el crecimiento y el éxito de cualquier negocio.

PALABRAS CLAVE

- Centro de Crecimiento Empresarial
- Cámara de Comercio de Cali
- Plan de Mejoramiento
- Emprendimiento
- Desarrollo empresarial
- Estrategias de crecimiento
- Innovación empresarial
- Servicios empresariales
- Capacitación empresarial
- Gestión de proyectos
- Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)
- Investigación de mercado
- Desempeño organizacional
- Planificación estratégica
- Evaluación de impacto.

0. INTRODUCCIÓN

En un contexto empresarial dinámico y desafiante, las cámaras de comercio desempeñan un papel fundamental como catalizadores del crecimiento económico y el desarrollo empresarial en sus regiones. La Cámara de Comercio de Cali, con su firme compromiso de respaldar a las empresas locales, ha establecido el Centro de Crecimiento Empresarial como un recurso clave para brindar servicios de calidad y acompañamiento estratégico a las empresas de la región.

Este trabajo de grado se centra en la planificación y ejecución de un "Plan de mejoramiento del Centro de Crecimiento Empresarial de la Cámara de Comercio de Cali 2023-2025 ". Este plan surge como respuesta a la necesidad imperante de adaptarse a las cambiantes dinámicas comerciales, satisfacer las demandas de un entorno empresarial en constante evolución y, sobre todo, continuar siendo un aliado efectivo para el desarrollo y el fortalecimiento del tejido empresarial local.

La metodología utilizada para llevar a cabo este plan de mejora involucra una variedad de enfoques de investigación, entrevistas con empresarios y expertos, y encuestas diseñadas para entender las experiencias u opiniones. Estos métodos proporcionarán una visión holística de las necesidades, desafíos y oportunidades que enfrentan las empresas en la región y permitirán identificar las áreas específicas donde la Cámara de Comercio de Cali puede maximizar su impacto.

Uno de los principales objetivos de este trabajo es la formulación de un plan de acción detallado que incluye recomendaciones concretas para mejorar los servicios ofrecidos por la Cámara de Comercio y su Centro de Crecimiento Empresarial. Este plan de acción abarca tanto la calidad de los servicios como la eficiencia y efectividad del acompañamiento brindado a las empresas, y será respaldado por un cronograma estratégico y un presupuesto adecuadamente planificado.

1. ASPECTOS METODOLÓGICOS

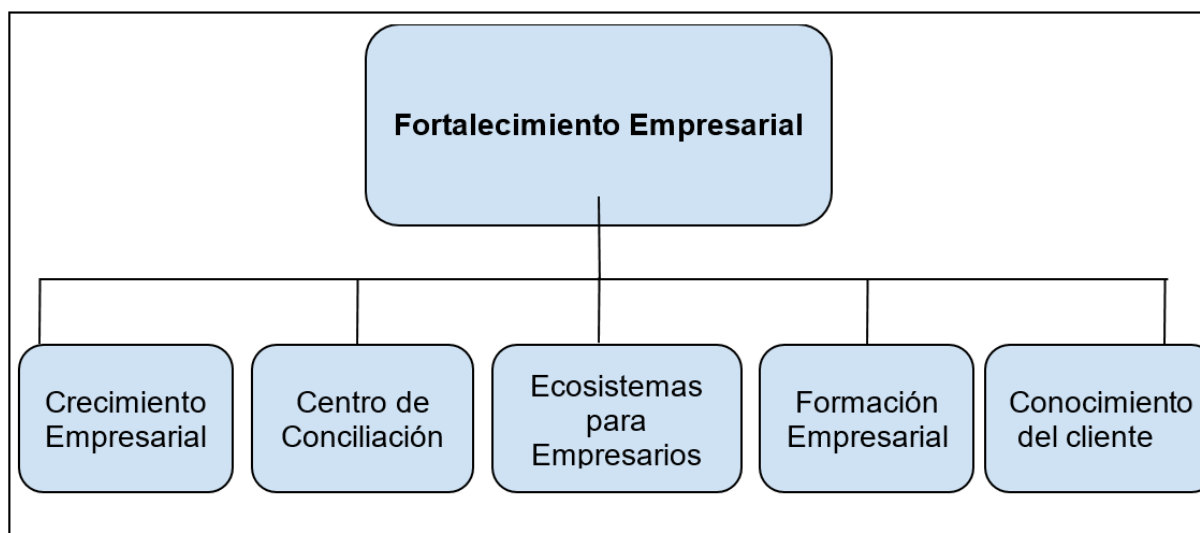
1.1. Planteamiento del problema

Se identifica un área de oportunidad y desafío en la Cámara de Comercio de Cali, específicamente en el ámbito de Crecimiento Empresarial, con un enfoque preciso en el Centro de Crecimiento Empresarial (CCE). El aspecto a mejorar radica en la metodología empleada para la recopilación de datos y el análisis de lecciones aprendidas, con el propósito de perfeccionar las experiencias y la atención al cliente. Es crucial destacar que el CCE sirve como escenario para las prácticas de los estudiantes, brindándoles una experiencia directa con los empresarios. En este contexto, es fundamental evaluar de manera integral el manejo interno, abarcando la interacción con cada usuario, los procesos internos y el respaldo ofrecido en la planificación de programas y servicios proporcionados por la organización.



Gráfica 1 Organigrama CCC ,Fuente <https://www.ccc.org.co/ley-transparencia-acceso-la-informacion-publica/>

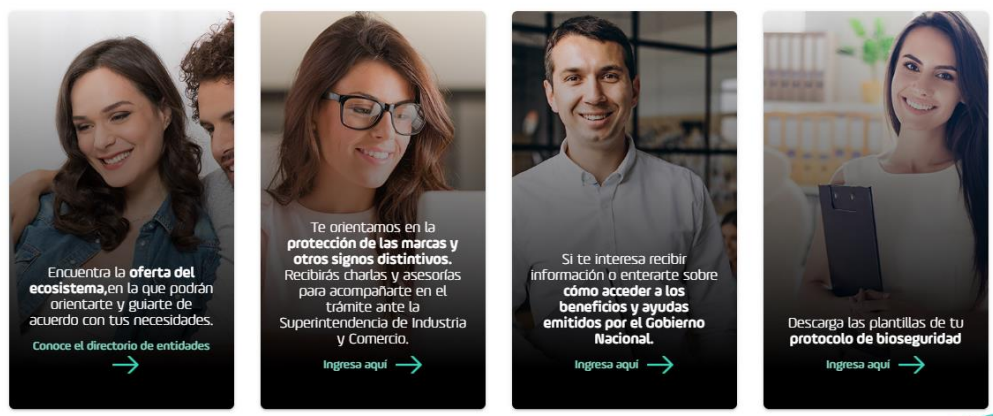
La Cámara de Comercio de Cali se encuentra dividida por diferentes unidades que le permiten trabajar para cumplir con el objetivo de que “si las empresas crecen, la región crece” logrando prosperidad y calidad de vida para sus ciudadanos. Una de estas unidades es la de Fortalecimiento Empresarial que busca orientar y ayudar a las empresas mediante asesorías y diferentes programas buscando su crecimiento, posicionamiento e incluso en muchas ocasiones, el nacimiento de nuevos emprendimientos. Esta unidad se divide en las siguientes áreas:



Gráfica 2 Organigrama área de Fortalecimiento Empresarial, Fuente: Elaboración propia

El trabajo del practicante estuvo enfocado en el área de Crecimiento Empresarial, donde se encuentra el Centro de Crecimiento Empresarial, que es una de las primeras líneas de atención que tiene la Cámara de Comercio de Cali, encargado de la orientación, asesoría y direccionamiento de los usuarios a diferentes programas y áreas de la organización con el fin de atender necesidades o alguna inquietud.

El centro de crecimiento empresarial en el año 2023 tiene como meta atender 2.000 usuarios a través de los servicios de orientación o por medio de los eventos y convocatorias que se realicen para el fortalecimiento empresarial, conexiones laborales, cursos ya sean virtuales o presenciales, entre otros.



Pieza gráfica 1. Servicios Centro de Crecimiento Empresarial, Fuente: <https://www.ccc.org.co/landing/centro-de-crecimiento-empresarial/>

Dentro de las ofertas que más destacan en el centro de Crecimiento Empresarial está la del ecosistema de entidades mediante la cual el empresario puede recibir ayuda de diversas empresas, fundaciones u organizaciones que le proporcionen apoyo ya sea para una idea de negocio o si busca un fortalecimiento empresarial, podemos ver dentro de esta oferta a Procolombia la cual presta sus servicios de orientación para los empresarios que llegan al CCE buscando iniciar su ruta de exportación y que aún no tienen las bases para ejecutar la estrategia de internacionalización; por otra parte, Fundación WWB trabaja por cerrar brechas de desigualdad para las mujeres y promover su participación activa en el desarrollo económico a través de la capacitación, la generación de conocimiento y las inversiones de impacto social, por ese motivo desde la alianza con la Cámara de Comercio de Cali, se genera una conexión de las empresarias que recurren al CCE y cuentan con el perfil para la capacitación, que se refiere al desarrollo y fortalecimiento de capacidades empresariales y personales de emprendedoras y emprendedores con pequeños negocios a través de programas de capacitación integral, hechos a la medida y basado en el juego como herramienta de aprendizaje. Además, se genera conocimiento a través del fomento a la investigación y analítica, por último, en el proceso de consolidación se identifican los proyectos de inversión que generen mayor impacto social.

El registro de marca también es uno de los servicios que más personas atraen al Centro de Crecimiento empresarial, pese a que la gran mayoría de empresarios confunden registro mercantil con registro de marca. Entendiendo al registro mercantil como el registro de los comerciantes y sus establecimientos de comercio, donde también se depositan los documentos de carácter mercantil que tienen gran importancia para el comerciante, este registro se realiza ante la Cámara de Comercio que rige en la jurisdicción donde se encuentre el comerciante realizando la actividad de comercio.

Por otra parte, el registro de marca es aquel que se realiza ante la Superintendencia de Industria y Comercio y le otorga a la empresa o comerciante el derecho exclusivo de usar tanto el nombre como el logo para sus productos y/o servicios evitando que terceros puedan usar el nombre para hacer alusión a otros productos similares. Desde el Centro de Crecimiento Empresarial en alianza con una abogada orientadora en propiedad intelectual, Claudia Lorena Botina, se realizan citas virtuales para acompañar a emprendedores y empresarios a realizar el proceso de Registro de marca con todas las recomendaciones y puntos importantes a tener en cuenta, apoyando así su crecimiento empresarial y fortalecer la identidad de los negocios.

A pesar de la relación estrecha y constante que mantiene el Centro de Crecimiento Empresarial (CCE) con los clientes, se ha observado una afectación en la recopilación de datos de los empresarios cuando estos utilizan algún servicio. Esta deficiencia obstaculiza la retroalimentación y limita las posibles estrategias para mejorar las experiencias relacionadas con eventos, programas o convocatorias.

En los primeros meses del año 2023 se han realizado eventos en los cuales se ha contado con la participación de diferentes empresarios, sin embargo, no se ha podido conocer el punto de vista de los mismos porque no existe una metodología y/o herramienta que permita conocer las opiniones ya sean positivas o negativas y de esta manera efectuar

herramientas o un plan de mejora para ofrecerles a los usuarios una mejor experiencia en los siguientes eventos y programas que se realicen.

Dado lo anterior, se percibe una oportunidad de mejora en la implementación de una herramienta que permita tener una retroalimentación para aplicar lecciones aprendidas y con esto un plan de acción que mejore tanto la recolección de datos para realizar convocatorias que pueden ser de interés para los empresarios o la transmisión de la información, como el mejoramiento de los eventos para futuras realizaciones y que sea tomada en cuenta la opinión de los empresarios que ya tuvieron la experiencia generando así nuevas ideas para enriquecer los servicios y/o eventos.

1.2. Formulación del problema

En esta propuesta de mejora se centra en los empresarios que recurren a los programas, eventos y orientaciones del Centro de Crecimiento Empresarial, buscando tener una mejora en la realización de los mismo para mejorar la experiencia de los usuarios y con ello la recolección de los datos que nos permitan reconocer sus necesidades, intereses y posibles eventos que pueden ser de interés y aporte a sus empresas y emprendimientos.

¿Qué factores y situaciones se deben tener en cuenta en la propuesta de mejoramiento del Centro de Crecimiento Empresarial que permitan la realización eficiente de eventos y programas para los empresarios miembros de la Cámara de Comercio de Cali?

1.3. Sistematización del problema

- ¿Qué herramientas permiten conocer la experiencia de los empresarios que recurren a los servicios del Centro de Crecimiento Empresarial?
- ¿Cómo estandarizar y optimizar las herramientas para la recolección de datos de lecciones aprendidas?

- ¿Cuáles son los factores que impactan la efectividad de la recolección de los datos de los empresarios en el Centro de Crecimiento Empresarial?
- ¿Cuáles serían las acciones para mejorar la organización y realización de los eventos?

1.4. Justificación

Las prácticas empresariales brindan a los estudiantes la oportunidad de aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en el aula en un entorno empresarial real. Esto permite obtener experiencia práctica y desarrollar habilidades relevantes para su futura carrera. A través de las prácticas, los estudiantes pueden aprender cómo funcionan las empresas, cómo se llevan a cabo las operaciones diarias y cómo se toman decisiones empresariales.

Dentro de las actividades que los estudiantes pueden desarrollar en una práctica empresarial están: La comunicación efectiva, el trabajo en equipo, la resolución de problemas, la toma de decisiones, la gestión del tiempo y la adaptabilidad, además al enfrentarse a situaciones reales en un entorno empresarial, los estudiantes tienen la oportunidad de perfeccionar estas habilidades y mejorar su empleabilidad.

Las prácticas empresariales en la Cámara de Comercio de Cali, son importantes porque permiten establecer conexiones y construir una red de contactos profesionales. Durante las prácticas, los estudiantes pueden interactuar con profesionales de la industria, compañeros de trabajo y posiblemente futuros empleadores, pues al ser una organización enfocada en el comercio en empresas de todos los tamaños y así mismo con emprendedores, empresarios y creadores de empresa. Estas conexiones pueden ser valiosas para el desarrollo de la carrera, ya que pueden proporcionar oportunidades de empleo a tiempo completo, referencias y asesoramiento profesional

Las prácticas empresariales permiten a los estudiantes explorar diferentes campos y sectores empresariales, lo que les ayuda a obtener una mejor comprensión de sus intereses y habilidades. Al trabajar en un entorno empresarial real, los estudiantes pueden evaluar si una

determinada carrera o industria es adecuada para ellos. Esto les brinda una mayor claridad en su elección de carrera y les ayuda a tomar decisiones más informadas sobre su futuro profesional; enfrentarse a desafíos en el entorno laboral hace que los estudiantes puedan desarrollar su confianza, aumentar su autoconciencia y adquirir una perspectiva más amplia sobre el mundo empresarial. Además, las prácticas también les permiten identificar áreas de mejora y desarrollar un plan de desarrollo profesional para alcanzar sus metas y objetivos.

Mencionado lo anterior, para la Cámara de Comercio de Cali es importante contar con estudiantes en periodos de prácticas profesionales porque no solo el estudiante se verá beneficiado, sino que la CCC puede implementar planes de mejora provenientes de los practicantes pues brindan conocimientos actuales y al estar en una sociedad tan cambiante, poder implementar conocimiento e ideas nuevas que pueden aportar a las empresas, desde el área en la cual practicante desarrollará su práctica, el CCE no es un espacio para brindar acompañamientos muy profundos, por lo cual, los aportes que el practicante hace al empresario o emprendedor son muy valiosos; de esta manera aprenden ambas partes.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Formular el plan de mejoramiento del Centro de Crecimiento Empresarial de la Cámara de Comercio de Cali 2023-2025

1.5.2. Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual del Centro de Crecimiento Empresarial.
- Realizar un análisis de la encuesta de la experiencia y punto de vista de los empresarios sobre el CCE.
- Consultar el grado de satisfacción de los empresarios con los eventos que se llevan a cabo
- Recibir una retroalimentación que permita desarrollar estrategias de mejora

- Formular un plan de acción y mejoramiento mediante una guía de realización de eventos empresariales desarrollados por el Centro de Crecimiento Empresarial

1.6. Tipo de Estudio

1.6.1. Estudio Exploratorio

Un estudio exploratorio es un tipo de investigación que se lleva a cabo para obtener información y comprensión sobre un tema o fenómeno en particular que no ha sido ampliamente investigado o que es poco conocido. El objetivo principal de un estudio exploratorio es explorar, descubrir y familiarizarse con el tema de investigación, en lugar de proporcionar conclusiones definitivas o establecer relaciones causales.

En el presente caso se enfoca en el estudio de factores o situaciones que pueden impactar la experiencia que los empresarios que recurren al Centro de Crecimiento Empresarial tienen en los eventos que son realizados para generar conexiones laborales, empresariales y también para brindar información importante para la empresa.

En un estudio exploratorio, el investigador generalmente utiliza métodos cualitativos y cuantitativos para recopilar datos y obtener una visión general del tema. Algunas de las técnicas más comunes utilizadas incluyen entrevistas, grupos focales, revisión de literatura, observación participante y encuestas exploratorias.

Los estudios exploratorios son especialmente útiles cuando hay poca información previa disponible sobre un tema determinado, como es el caso de las experiencias y opiniones que los empresarios tienen sobre los eventos del CCE, puesto o que no se utiliza ninguna herramienta que permita la obtención de estos datos para realizar un plan de acción y/o mejora, además se utilizan estos estudios cuando se busca generar ideas y teorías para investigaciones futuras. También pueden ayudar a identificar variables y relaciones importantes que pueden ser objeto de investigaciones más detalladas.

En general, un estudio exploratorio es un primer paso en la investigación de un tema desconocido o poco investigado, y su objetivo es explorar y comprender el tema en lugar de proporcionar conclusiones definitivas.

1.7.Método

1.7.1.Analítico Deductivo

El método analítico-deductivo es un enfoque utilizado para razonar y llegar a conclusiones mediante la aplicación de reglas lógicas. Este método se basa en el análisis y descomposición de un problema en partes más pequeñas y en la deducción lógica de conclusiones a partir de premisas establecidas.

El proceso del método analítico-deductivo consta de los siguientes cuatro pasos:

1. **Análisis:** Consiste en descomponer el problema en sus elementos más importantes. Se busca comprender la estructura lógica del problema y determinar las relaciones entre las diferentes partes.
2. **Premisas:** Se establecen las premisas, que son afirmaciones consideradas como verdaderas o aceptadas sin necesidad de demostración. Estas premisas pueden ser hechos observables, demostrables, leyes o principios previamente aceptados.
3. **Deducción:** A partir de las premisas establecidas, se aplican reglas lógicas y se realizan inferencias para llegar a conclusiones válidas y necesarias. Se utiliza el razonamiento deductivo para derivar nuevas afirmaciones o proposiciones que se siguen lógicamente de las premisas.
4. **Verificación:** Las conclusiones obtenidas mediante la deducción se someten a un proceso de verificación para evaluar su validez y comprobar si se ajustan a la lógica y a las premisas iniciales. Si las conclusiones son coherentes y consistentes, se consideran válidas dentro del marco lógico establecido.

El método analítico-deductivo se utiliza en diversas disciplinas, su enfoque sistemático y riguroso permite el desarrollo de argumentos sólidos y la obtención de conclusiones, sin embargo, es importante tener en cuenta que este método depende de la calidad de las premisas establecidas y la validez de las reglas lógicas utilizadas.

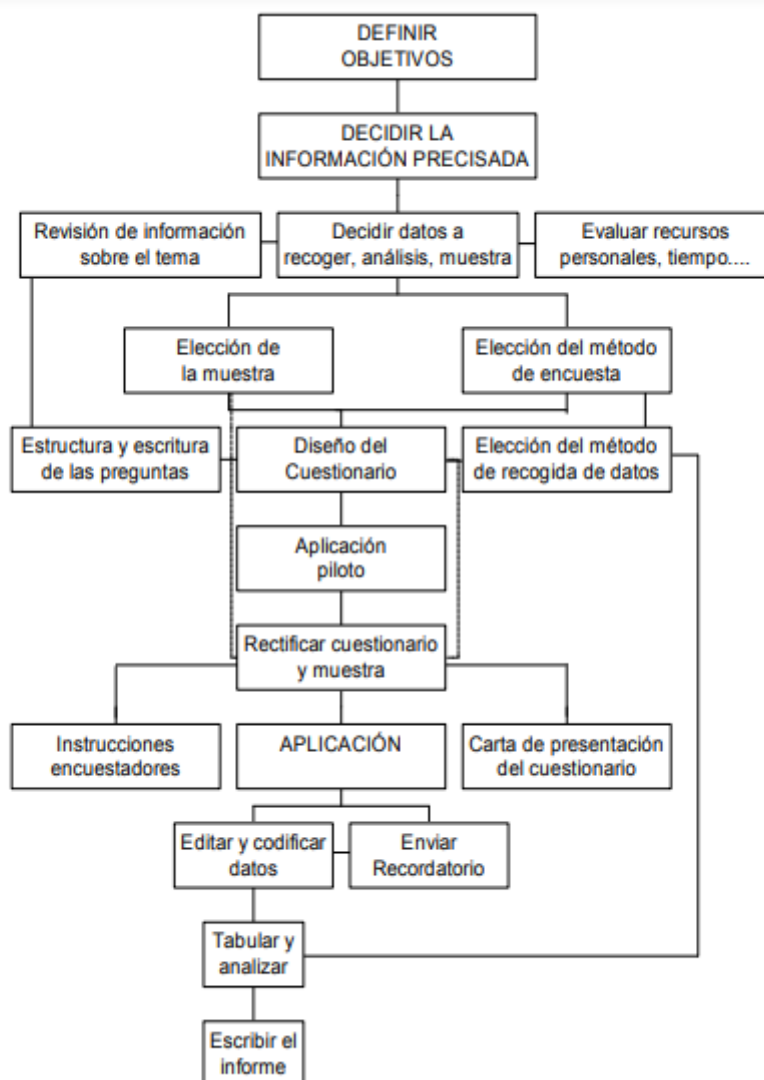
1.8. Instrumentos Metodológicos

1.8.1. Cuestionario y entrevista

Los instrumentos metodológicos son herramientas o técnicas utilizadas en la investigación para recolectar datos, analizar información y obtener resultados. Estos instrumentos son diseñados y seleccionados de acuerdo con los objetivos de investigación y las preguntas planteadas, y pueden variar dependiendo del campo de estudio y la metodología utilizada.

Para la presente propuesta de mejora se utilizará el instrumento de cuestionario por medio del cual se busca conocer los datos de los usuarios que recurren al Centro de Crecimiento Empresarial, así como el grado de satisfacción de los eventos realizados, adicionalmente saber qué factores o situaciones se deben tener en cuenta para mejorar la realización de eventos y con ello la experiencia de los empresarios.

Según las sugerencias dadas por Davidson en 1970, se presentan las etapas de planificación, aplicación y codificación de datos de un cuestionario.



Gráfica 3. Encuestas de recreación al aire libre: el diseño y uso de cuestionarios para el sitio,
Fuente: https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/1330/4.CAPITULO_IV.pdf

En esta ocasión nos centraremos en los pasos fundamentales para crear un cuestionario y la importancia que tiene cada uno en el proceso:

1. Definir los objetivos de la investigación: Antes de comenzar a elaborar el cuestionario, es importante tener claridad sobre los objetivos de la investigación y las preguntas que se pretenden responder
2. Determinar la población y la muestra: Definir la población objetivo del estudio y decidir cómo seleccionar la muestra de participantes. Esto permitirá tener en cuenta las

características demográficas y otras variables relevantes para adaptar el cuestionario a los participantes.

3. Identificar las variables de estudio: Determina las variables que se desea medir o explorar a través del cuestionario. Estas variables deben estar claramente definidas y ser relevantes para los objetivos de investigación.

4. Elaborar las preguntas: Crear las preguntas que serán incluidas en el cuestionario. Es importante que las preguntas sean claras, concisas y específicas; utilizar un lenguaje sencillo y evitar términos técnicos o ambiguos que puedan generar confusión.

5. Elegir el formato de respuesta: Decidir qué tipo de respuestas se desea obtener para cada pregunta. Se puede utilizar respuestas de opción múltiple, respuestas abiertas, escalas de Likert, entre otros formatos.

6. Organizar el cuestionario: Organizar las preguntas en un orden lógico y coherente. Es posible que se puedan agrupar según temas o secciones para facilitar la comprensión y la respuesta de los participantes.

7. Diseñar la apariencia del cuestionario: Cuidar el diseño gráfico y la presentación visual del cuestionario. Asegurarse de que sea fácil de leer y estéticamente agradable, Utilizar encabezados, instrucciones claras y numeración para guiar a los participantes.

8. Realizar una revisión y prueba piloto: Revisar cuidadosamente el cuestionario para detectar posibles errores o ambigüedades. Luego, realizar una prueba piloto con un pequeño grupo de participantes para evaluar la claridad y la adecuación del cuestionario. Realizar ajustes necesarios basados en los resultados de la prueba piloto.

9. Obtener permisos y consentimientos: Si es necesario, obtener los permisos requeridos para administrar el cuestionario a la población objetivo. Asegurarse de contar con los consentimientos informados de los participantes y de proteger su privacidad y confidencialidad.

10. Administrar y recopilar los datos: Administrar el cuestionario a los participantes siguiendo los procedimientos establecidos. Se puede realizar mediante medios electrónicos, encuestas en línea o métodos tradicionales.

A continuación se presenta el cuestionario propuesto para medir la satisfacción y percepción que tienen los empresarios ante el Centro de Crecimiento Empresarial y los eventos/espacios realizados.



Los empresarios podrán ingresar al cuestionario por medio del código QR que se generó o también lo pueden hacer por medio del link <https://forms.office.com/r/UVF31qxUSz>, esto para garantizar un fácil acceso y que sea factible para los empresarios que participan de los eventos.

Encuesta de Satisfacción y Percepción

Centro de Crecimiento Empresarial
Cámara de Comercio de Cali
2023

Empezar ahora



Encuentra todo lo que
necesitas para crecer



Cámara de
Comercio de
Cali

Centro de
Crecimiento
Empresarial



1

¿Acepta el uso de tratamiento de datos?
<https://bit.ly/3LChgZ4>

*

Principalmente se encuentra la sección de tratamiento de datos, esto debido a que la forma en que se tratan los datos personales es fundamental para garantizar la privacidad y la protección de la información de los usuarios; existen leyes y regulaciones específicas sobre la protección de datos en muchos países y regiones. Estas normativas establecen cómo deben ser tratados los datos personales y qué medidas de seguridad deben implementarse. Hacer la pregunta sobre el tratamiento de datos ayuda a garantizar que se cumplan los requisitos legales y a prevenir posibles sanciones o infracciones.

La pregunta sobre el tratamiento de datos es importante para proteger la privacidad, cumplir con la ley, fomentar la transparencia y la confianza, tomar decisiones informadas y gestionar los riesgos asociados con la recopilación y el uso de datos personales.

Las siguientes preguntas van relacionadas a los datos personales, para que de esta forma también se pueda clasificar a las personas y realizar un seguimiento de los servicios o eventos que ha hecho parte, de esta manera invitarla a futuros eventos que puedan ser de su interés. Adicionalmente se realiza una pregunta sobre el evento al cual se aplicó el cuestionario, en esta preguntas nos enfocamos en el tema tratado y que importancia tuvo en la empresa y/o empresario, saber si fue efectiva la temática abordada o se deben implementar

The image shows a survey form with three questions. Question 2 asks for 'Nombres completos' (Full names). Question 3 asks for 'Número de identificación' (Identification number). Question 4 asks for a rating on a scale of 1 to 5 regarding the importance of the topic for the company. The form has a light blue background with a faint map of Mexico.

2

Nombres completos *

Escriba su respuesta

3

Número de identificación *

El valor debe ser un número.

4

En una escala de 1 a 5, donde 1 es nada importante y 5 muy importante, ¿Cómo considera la temática abordada para su empresa ? *

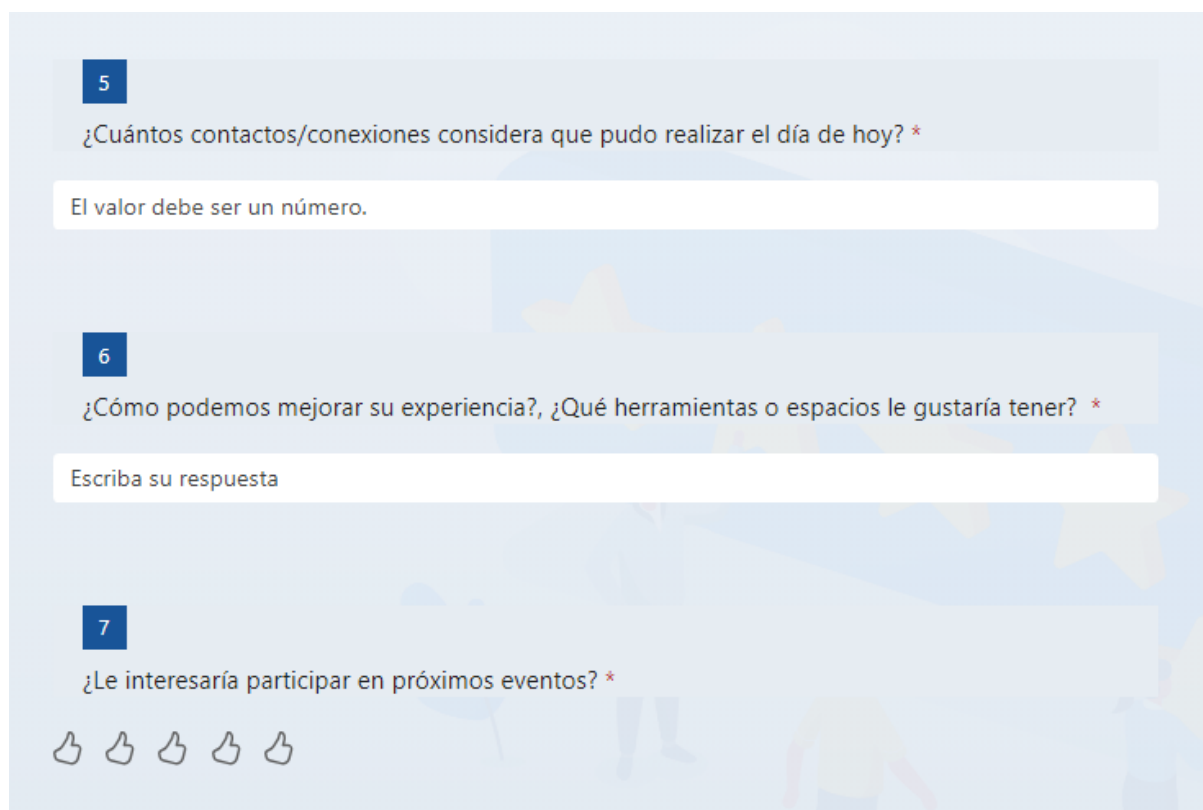
1 2 3 4 5

El principal objetivo de cada uno de los eventos realizados es que los empresarios puedan generar conexiones empresariales o laborales, esto se realiza a través de los diferentes espacios en los cuales los empresarios dan a conocer su negocio y así mismo cuando tienen el momento de socializar, logrando así por ejemplo ser proveedores de otros empresarios o encontrando proveedores para su negocio.

Por otra parte, desde el Centro de Crecimiento Empresarial se planean grupos focales donde se busca conectar a empresas con usuarios que ofrecen su fuerza laboral para realizar conexiones laborales en temas de empleabilidad. Por este motivo, una de las preguntas es sobre el número de conexiones o contactos que se logró realizar en el evento.

Adicionalmente se considera importante conocer los aspectos de mejora o qué temas les gustaría a los empresarios tratar en algún evento y además que aspectos llaman la atención en ellos considerando la importancia dentro de cada una de las empresas, aquí se

puede tener una retroalimentación que puede ser parte de un plan de mejora para la experiencia de los usuarios que acceden al Centro de Crecimiento Empresarial.



5

¿Cuántos contactos/conexiones considera que pudo realizar el día de hoy? *

El valor debe ser un número.

6

¿Cómo podemos mejorar su experiencia?, ¿Qué herramientas o espacios le gustaría tener? *

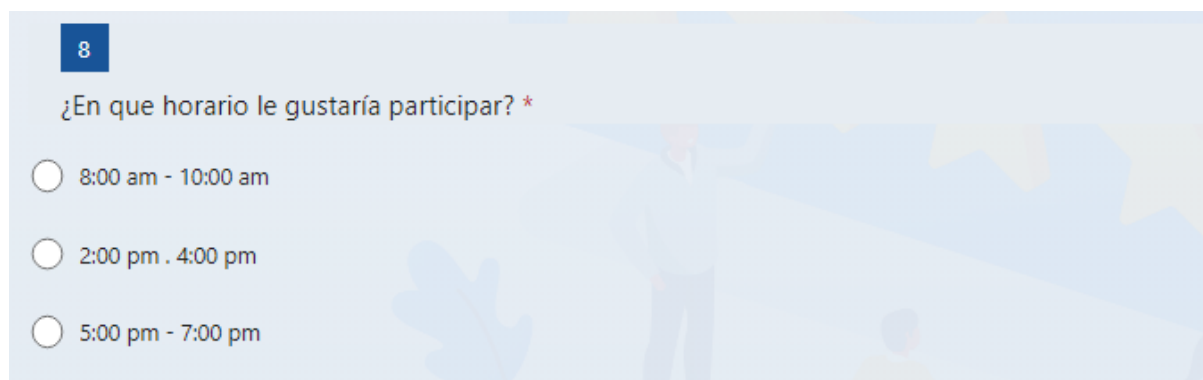
Escriba su respuesta

7

¿Le interesaría participar en próximos eventos? *

👍 👍 👍 👍 👍

Para futuros eventos, una vez recolectada la información sobre la experiencia vivenciada, es interesante conocer para la planeación en que horario los empresarios prefieren asistir debido a sus ocupaciones y diversos compromisos. Esto permitirá una mayor asistencia y participación



8

¿En que horario le gustaría participar? *

☐ 8:00 am - 10:00 am

☐ 2:00 pm - 4:00 pm

☐ 5:00 pm - 7:00 pm



1.8.2. Grupos Focales

Los grupos focales son una técnica de investigación cualitativa que consiste en reunir a un grupo de personas para discutir y debatir temas específicos en un entorno grupal. Estos grupos están compuestos por individuos que comparten características o experiencias similares relevantes para el tema de estudio.

Los grupos focales en la Cámara de Comercio de Cali son utilizados en diversas áreas. Algunos de los objetivos principales de los grupos focales son:

- A. Obtener perspectivas y comprensión en profundidad: Los grupos focales permiten explorar las percepciones, actitudes, creencias y experiencias de los empresarios en relación con un tema específico. A través de la interacción grupal, se pueden obtener puntos de vista y opiniones más enriquecedoras que no serían posibles de obtener mediante métodos de investigación cuantitativa.
- B. Generar ideas y opiniones: Los grupos focales fomentan la generación de ideas y opiniones a través del intercambio de perspectivas entre los participantes. Al discutir abiertamente un tema, se pueden obtener una variedad de opiniones, identificar patrones emergentes y explorar diferentes puntos de vista sobre un tema en particular.

- C. Explorar dinámicas grupales: Los grupos focales permiten observar las dinámicas y las interacciones grupales. Los participantes pueden influir mutuamente, desafiar o apoyar las ideas de los demás, y generar nuevas perspectivas a través de la discusión y el debate. Esto proporciona información adicional sobre cómo se forman las opiniones y cómo se construyen los conocimientos en un contexto grupal.
- D. Obtener retroalimentación sobre productos o servicios: Los grupos focales son una herramienta útil para obtener retroalimentación directa de los consumidores sobre productos o servicios. Los participantes pueden compartir sus experiencias, preferencias, necesidades y expectativas en relación con un producto o servicio específico. Esta retroalimentación puede ayudar a las empresas a mejorar sus productos, adaptar sus estrategias de marketing y satisfacer mejor las demandas de los consumidores.
- E. Validar hallazgos de investigación: Los grupos focales también pueden utilizarse para validar o complementar hallazgos obtenidos a través de otros métodos de investigación. Las discusiones grupales pueden ayudar a contextualizar y dar sentido a los datos cuantitativos, proporcionando una comprensión más completa y profunda del fenómeno investigado.

1.8.3. Guía de Organización de Eventos Empresariales

Los eventos empresariales son reuniones, conferencias, convenciones o actividades organizadas en este caso por el Centro de Crecimiento Empresarial con el propósito de promover sus productos o servicios, fortalecer la relación con sus clientes, colaboradores o socios comerciales, compartir conocimientos, presentar novedades, generar networking o alcanzar otros objetivos empresariales.

Estos eventos son herramientas importantes para la comunicación, la promoción de programas nuevos de la Cámara de Comercio de Cali, la generación de oportunidades de

negocio y el fortalecimiento de relaciones comerciales; permiten a las empresas interactuar directamente con su público objetivo y transmitir mensajes clave de manera efectiva.

A continuación se presenta una guía para la realización de los eventos empresariales:

1. Establecer los objetivos del evento: Antes de comenzar la planificación, se debe definir claramente los objetivos del evento. Es importante tener claridad de lo que se pretende lograr: ¿Fomentar la colaboración entre empleados? ¿Crear oportunidades de networking? ¿Crear conexiones empresariales? ¿Ofrecer un nuevo programa? ¿Transmitir información?
2. Determina el presupuesto: Fijar un presupuesto realista para el evento, además de tener claro el fondo de donde saldrá dicho monto, se debe considerar todos los aspectos, como el alquiler del lugar(si aplica), la comida y bebida, la logística, el equipo técnico, la decoración y cualquier otro gasto relacionado. Asegurarse de tener en cuenta los costos indirectos, como el marketing y la promoción.
3. Crear un equipo de planificación: Formar un equipo encargado de la organización del evento. Asignar roles y responsabilidades claras a cada miembro, esto puede incluir la coordinación de la logística, el diseño gráfico, el marketing, las reservas, la gestión de proveedores y cualquier otra tarea necesaria.
4. Elegir la fecha y el lugar:
 - Seleccionar una fecha que sea conveniente para la mayoría de los asistentes.
 - Asegurarse de reservar un lugar que se ajuste al tamaño y las necesidades del evento.
 - Considerar la ubicación, el acceso, el estacionamiento y las instalaciones disponibles.
 - Negociar los precios y las condiciones con el proveedor.

5. Diseñar el programa del evento: Crear un programa detallado que incluya los horarios de las conferencias, las actividades y cualquier otro componente del evento.

Asegurarse de dejar tiempo suficiente para los descansos, la interacción y las oportunidades de networking o conexiones entre empresarios, también es importante considerar la inclusión de oradores o expertos relevantes, por ejemplo, asesores o mentores expertos en el tema.

6. Organizar la logística: Manejar todos los aspectos logísticos, como la contratación de servicios de catering, el alquiler de equipos de sonido y proyección, la gestión de la inscripción de los asistentes, la agendación de personal adicional si es necesario y la coordinación de transportes en caso de ser necesario o que se requiera llevarlos fuera de la organización.

7. Promoción y marketing: Crear una estrategia de promoción para generar interés en el evento ya sea por las redes sociales, el correo electrónico, el marketing de contenidos, Whatson y cualquier otro medio relevante para difundir información sobre el evento. Diseñar piezas promocionales atractivas, como folletos o banners digitales, y considerar la posibilidad de ofrecer capacitaciones, orientaciones o asesorías gratuitas para aumentar la participación.

8. Gestionar el día del evento:

- Asegurarse que todos los elementos necesarios estén en su lugar antes de que comience el evento.
- Coordinar con los proveedores, el personal y los oradores para asegurarse de que estén preparados.
- Tener un equipo de apoyo para atender cualquier problema que pueda surgir durante el evento y asegurarse de que los invitados se sientan bienvenidos y atendidos.

9. Evaluar el éxito del evento: Después del evento, realizar una evaluación exhaustiva para determinar su éxito en relación con los objetivos establecidos. Se pueden utilizar herramientas como cuestionarios, entrevistas, llamadas, entre otros; recopilando así comentarios de los asistentes para revisar los resultados y considerar cómo se puede mejorar en futuros eventos.

1.9. Marcos Referenciales

- A. Cámara de Comercio: Se refiere a la entidad que tiene como objetivo principal promover y apoyar el desarrollo empresarial en una región determinada. Las cámaras de comercio son actores fundamentales en la creación de un ambiente propicio para el crecimiento de las empresas.
- B. Centro de Crecimiento Empresarial: Un componente clave de la Cámara de Comercio, es un centro de apoyo que proporciona servicios, capacitación y asesoramiento a empresas locales con el objetivo de mejorar su competitividad y sostenibilidad.
- C. Calidad de Servicio: Hace referencia a la excelencia en la prestación de servicios, que se traduce en la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes. En el contexto de la Cámara de Comercio, esto se refiere a la calidad de los servicios ofrecidos a las empresas.
- D. Entorno Empresarial de Cali: Cali, como una de las ciudades más importantes de Colombia, cuenta con un tejido empresarial diversificado y competitivo en sectores como la industria, el comercio y los servicios. El entorno empresarial de Cali está influenciado por factores económicos, políticos, sociales y tecnológicos.

- E. Papel de las Cámaras de Comercio: Las cámaras de comercio desempeñan un rol estratégico en el fortalecimiento de las empresas locales al ofrecer servicios como registro mercantil, capacitación, promoción comercial y asesoramiento.
- F. Gestión de la Calidad en Servicios: Se basa en enfoques y modelos de gestión de la calidad, como el Modelo EFQM (European Foundation for Quality Management) y la Norma ISO 9001, que son aplicables para mejorar la calidad de los servicios.
- G. Desarrollo Empresarial: Involucra procesos de crecimiento, innovación y adaptación de las empresas para competir en un mercado cambiante. El acompañamiento empresarial es esencial para este desarrollo.
- H. Investigación de Mercado: La investigación de mercado, a través de encuestas y entrevistas, proporciona información valiosa sobre las necesidades, preferencias y percepciones de los clientes y empresarios locales.

2. HISTORIA Y CARACTERIZACIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE CALI

2.1. Historia

La Cámara de Comercio de Cali fue fundada el 15 de julio de 1917 con el objetivo de promover y fortalecer el desarrollo empresarial en la ciudad de Cali, Colombia.

En sus primeros años, la Cámara de Comercio de Cali se centró en impulsar el comercio local y fomentar la creación de empresas en la región. Se convirtió en un punto de encuentro para los empresarios y comerciantes caleños, ofreciendo servicios de registro mercantil, asesoría empresarial y capacitación.

A medida que el tiempo pasó, la Cámara de Comercio de Cali se consolidó como una institución clave en el desarrollo económico de la región. Jugó un papel fundamental en la promoción del comercio exterior y la atracción de inversiones hacia Cali y el Valle del Cauca. Además, se convirtió en una voz representativa de los empresarios y comerciantes ante las autoridades locales y nacionales.

La Cámara de Comercio de Cali también ha sido reconocida por su labor en la promoción de la responsabilidad social empresarial y el apoyo a la innovación y el emprendimiento. Ha implementado programas y proyectos para fortalecer la competitividad de las empresas, impulsar el desarrollo sostenible y fomentar la creación de empleo en la región.

A lo largo de los años, la Cámara de Comercio de Cali ha ido adaptándose a los cambios y desafíos del entorno empresarial, incorporando nuevas tecnologías y servicios para facilitar los trámites y la gestión empresarial. Ha fortalecido su rol como ente regulador del registro mercantil y promotor del desarrollo económico en Cali.

2.1.1. Años 1910-1916

- Año 1910: El Gobierno Nacional expide el Decreto 669, por el cual se crea la Cámara de Comercio de Cali. En el despacho del gobernador Pablo Borrero Ayerbe y en

compañía de 30 comerciantes se establece la primera junta directiva de la Cámara de Comercio de Cali.

- Año 1915: Se realiza la reconstitución de la Cámara de Comercio de Cali con base en el Decreto 1807. En este año se edita y emite el primer número de boletín mensual de Información comercial y agrícola.
- Año 1916: Promovió la construcción del Ferrocarril del Pacifico, edificio para oficina de correos y telégrafos; la apertura del Colegio Santa Librada y una Escuela de comercio de Formación.

2.1.2. Años 1929-1931

- Año 1929: Este año estuvo caracterizado por la firma y consolidación de contratos, entre estos están la promoción del contrato para la conducción de correos y pasajeros por aeroplano entre la Costa Atlántica, Medellín, Manizales, Bogotá y Cali; la conformación de una comisión para estudiar a los Estados Unidos en relación con la maquinaria para pozos artesianos.
- Año 1931: Se expide la Ley 28 de 1931 que establece el Registro Público de Comercio y se delega la administración de éste a las Cámaras de Comercio.

2.1.3. Años 1950-1976

- Año 1950: La cámara de comercio de Cali logra 187 afiliados a lo largo de todos los municipios del departamento donde tiene jurisdicción, Cali, Dagua, Jamundí, Cumbre, Restrepo, Vijes y Yumbo.
- Año 1971: La CCC construye su sede principal en la calle 8 con carrera 3, esta es inaugurada en 1973, el logro de este acontecimiento es atribuido al trabajo mancomunado de los empresarios de la región.
- Año 1975: La Cámara de Comercio de Cali fomento la creación del Comité Empresarial del Valle del Cauca.

- Año 1976: La Cámara de Comercio de Cali apoya y fomenta las construcciones de carácter público y privado en la región, entre estas se reconoce la promoción para concluir obras del Aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón, el mantenimiento de la Carretera al Mar y obras viales del departamento.

2.1.4. Años 1983-1993

- Año 1983: Inicia el desarrollo de programas para incentivar el crecimiento económico, social y empresarial del suroccidente del país, a través de iniciativas como “el Valle 2000”, “el Valle del futuro” y “el Cali que queremos”; dichos programas pretenden premiar e incentivar el desarrollo empresarial y la innovación.
- Año 1989: Se trabajó en el desarrollo social mediante comités cívicos de vivienda, alimentos, reciclaje, tránsito, seguridad y medio ambiente.
- Año 1993: Se continúan y priorizan proyectos de infraestructura pública necesarios para el desarrollo y crecimiento de la región. Por otra parte, conforme al nuevo modelo de internacionalización de la economía, la CCC emprende la búsqueda de ventajas competitivas del departamento.

2.1.5. Año 1997-2012

- Año 1997: Impulsó la privatización del Puerto de Buenaventura, gracias a esto, el puerto mejoró de manera rápida y considerable su eficiencia en términos generales.
- Año 1998: La Cámara de Comercio de Cali donó a la ciudad el Monumento a la Solidaridad.
- Año 2000: La CCC obtiene reconocimientos a nivel nacional como la primera cámara en certificar su sistema de gestión de calidad, además de poner en funcionamiento los servicios de renovación en línea y certificación digital. Otro hito importante es el desarrollo de su plan estratégico “Unión Compromiso y Acción”.

- Año 2002: La organización conformó el Bloque Regional y de congresistas, un “espacio para generar consensos entre los congresistas del sector público y privado de la región alrededor de una agenda concertada para la construcción de una región más próspera y competitiva.” (Cámara de Comercio de Cali, 2019)
- Año 2007: El 6 de noviembre del 2007 se inaugura el Centro de Eventos Valle del Pacífico
- Año 2010: El compromiso de la CCC con el crecimiento de la región lo motivó a apoyar y trabajar de manera mancomunada con el Estado, de esta manera se dio el trabajo para la recuperación de espacios públicos, la recuperación de Emcali y coordinó las Veedurías ciudadanas del MIO (Masivo Integrado de Occidente).
- Año 2012: Entre otras iniciativas en pro del desarrollo del departamento, se reconoce que la CCC fue un ente participativo a nivel regional, quien impulsó la agenda de desarrollo para el Valle.

2.1.6. Año 2014

- Año 2014: La Cámara de Comercio de Cali apuesta por el desarrollo de nuevos productos y servicios que impulsen el desarrollo económico y empresarial de la región, entre estos se destacan la iniciativa clúster, nuevo portafolio de servicios para los negocios, la plataforma registr@YA y la UEI (Unidad de emprendimiento e Innovación.)

2.1.7. Año 2015 - 2016

- Año 2015: Se habilitó el servicio de compra de certificados en línea ya sea para establecimientos comerciales o comerciantes locales, como para certificados a nivel nacional integrándose al sistema de Registro único Empresarial y Social (RUES).

De la misma manera, en este año se implementó el sistema de identificación biométrica en el marco de lo dispuesto en el Convenio de Cooperación No.006 del 2 de julio de 2015 entre la Registraduría Nacional del Estado Civil y ConfeCámaras.

- Año 2016: La Cámara de Comercio de Cali puso a disposición del público a partir del 1 de enero de 2016 el sistema de identificación biométrica, mediante el cual se verifica en tiempo real la identidad de quién solicite inscripciones o modificaciones en los registros públicos que lleva esta Cámara de Comercio.

Además, se definió y estructuró el aplicativo para trámites de nombramientos a partir de documentos electrónicos.

2.1.8. Año 2017-2019

- Año 2017: La entidad desarrolló siete aplicaciones históricas de la Encuesta Ritmo Empresarial a las empresas afiliadas a la CCC Cali , con la vinculación en la aplicación de diferentes Cámaras de Comercio del Valle y la Cámara de Comercio de Manizales y Pereira.
- Elaboración y publicación de Ranking de empresas del Valle del Cauca y del Norte del Cauca: Las más creativas, exportadoras, internacionales, y las más dinámicas, a su vez las 500+ (en alianza con el periódico El País) , etc.
- Año 2028: Se creó el Cluster de Hábitat Urbano y se inició Cámara Móvil en la campaña de renovación.
- Año 2019: creó el Cluster de Experiencias y la CCC fue elegida para transferir la metodología del programa Valle E, a cinco países de Centro América.

2.1.9. Año 2020-2022

- Año 2020: La Cámara de Comercio de Cali en alianza con Innpulsa transfirió el programa “Acelera Región” a Ibagué, San Andrés, Cartagena, Bucaramanga,

Manizales, Armenia y Neiva. De igual manera se creó el Cluster de Energía Inteligente y nació el primer evento de financiamiento: Capital Summit.

- Año 2021: Los programas de alto impacto como Valle Impacta y Valle E (hoy Acelera región), se ubicaron entre los cinco más importantes de América Latina, según la plataforma de medición empresarial CRUNCHBASE. Por otro lado, la Universidad de los Andes, Innpulsa y la Secretaría de Cultura de Bogotá empezaron a operar el programa “Acelera Cultural y Creativa” con la metodología de Valle E. Asimismo se creó Barrios Vibrantes.
- Año 2022: El 45% de las renovaciones se hicieron a través de la sede virtual. Se creó Cámara a la Calle y el programa Reactivación, entre otros.

Para CONFECÁMARAS, Red de Cámaras de Comercio “Las Cámaras de Comercio como personas jurídicas de derecho privado cumplen por delegación legal algunas funciones públicas como es el caso de los registros públicos: mercantil, proponentes y entidades sin ánimo de lucro, carácter privado que no pierden por el hecho de que hayan recibido el encargo de cumplirlas. Estas funciones son expresamente señaladas en la ley y han de cumplirse en la forma taxativa señalada en los ordenamientos que las consagran y las regulan, en consecuencia sus funciones regladas y las Cámaras sólo actúan conforme a dichas reglas.

Pero desarrollan también funciones privadas, cuyo cumplimiento y desarrollo no está sometido a pautas o reglas determinadas en el mismo ordenamiento legal que las establece.”

Las funciones de las Cámaras de Comercio pueden variar según el país y la legislación local, pero algunas de las funciones comunes de las Cámaras de Comercio incluyen:

- Registro de empresas: Las Cámaras de Comercio suelen mantener un registro de las empresas y negocios que operan en su jurisdicción. Esto incluye la inscripción de nuevas empresas y la actualización de la información de las existentes.

- Representación y defensa de intereses: Actúan como representantes de los intereses comerciales y empresariales ante las autoridades gubernamentales y otros organismos relevantes. Abogan por políticas y regulaciones que favorezcan el desarrollo empresarial y económico.
- Prestación de servicios a empresas: Las Cámaras de Comercio ofrecen una amplia gama de servicios a sus miembros, que pueden incluir asesoría legal, asistencia técnica, capacitación empresarial, información sobre oportunidades de negocio y acceso a redes y contactos comerciales.
- Facilitación del comercio internacional: Muchas Cámaras de Comercio fomentan el comercio internacional y las relaciones comerciales entre empresas nacionales y extranjeras. Pueden emitir certificados de origen y otros documentos necesarios para la exportación e importación de bienes.
- Organización de eventos y ferias comerciales: Las Cámaras de Comercio pueden organizar eventos, conferencias, ferias comerciales y misiones comerciales para promover el intercambio de productos y servicios entre empresas.
- Arbitraje y resolución de disputas: Algunas Cámaras de Comercio ofrecen servicios de arbitraje y mediación para resolver disputas comerciales entre empresas de manera más rápida y menos costosa que los tribunales judiciales.
- Estadísticas e investigación: Pueden llevar a cabo investigaciones y recopilar estadísticas sobre temas comerciales y económicos relevantes para sus miembros y para el desarrollo de políticas públicas.
- Promoción de estándares y calidad: Fomentan la adopción de estándares de calidad y buenas prácticas comerciales entre las empresas para mejorar su competitividad y credibilidad.

En resumen, formar parte de una Cámara de Comercio ofrece a las empresas la oportunidad de expandir sus redes de contactos comerciales, participar activamente en eventos, ferias y reuniones empresariales para facilitar el establecimiento de alianzas estratégicas y fomentar el intercambio de conocimientos y experiencias. Además, proporciona un respaldo integral con servicios especializados y asesorías específicas que contribuyen al crecimiento y prosperidad de las empresas. Este respaldo se materializa a través de capacitaciones, acceso a financiamiento y apoyo en cuestiones legales y tributarias, entre otros aspectos clave.

3. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL CENTRO DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL

3.1. Situación actual

El Centro de Crecimiento Empresarial (CCE) de la Cámara de Comercio de Cali es una entidad dedicada a brindar apoyo y asesoría a emprendedores y empresarios en la ciudad de Cali, Colombia. Aunque no tengo información actualizada, puedo proporcionarte una descripción general de las actividades y servicios que suele ofrecer:

- **Asesorías y consultorías:** El CCE brinda asesoramiento a emprendedores y empresarios en diferentes áreas, como planificación estratégica, gestión financiera, mercadeo, recursos humanos y tecnología, entre otros. Estas asesorías pueden ser individuales o grupales, según las necesidades de cada persona o empresa.
- **Capacitaciones y talleres:** El CCE organiza talleres y capacitaciones en temas relevantes para el crecimiento y desarrollo empresarial. Estos eventos suelen abordar temáticas como innovación, ventas, habilidades gerenciales, gestión del talento, entre otros.
- **Networking y eventos empresariales:** El centro promueve el networking entre emprendedores y empresarios, facilitando espacios para la interacción y el intercambio de experiencias. Además, organiza eventos empresariales como conferencias, ferias y encuentros sectoriales.
- **Acceso a recursos y financiamiento:** El CCE brinda información sobre fuentes de financiamiento y apoyo financiero disponibles para emprendedores y empresarios. Puede orientar sobre líneas de crédito, programas de apoyo gubernamentales, inversión de capital y otros recursos.

Para el año 2023, el Centro de Crecimiento Empresarial se ha propuesto la meta de atender a 2,000 usuarios. Estos usuarios tienen la opción de recibir asesoramiento por parte de los practicantes del área, participar en eventos y actividades específicas, o

aprovechar cualquiera de los servicios ofrecidos. La divulgación de estas oportunidades se lleva a cabo a través de diversos canales, entre los cuales se incluyen la página web oficial de la Cámara de Comercio de Cali, así como las plataformas de Facebook e Instagram. Estos medios son utilizados para destacar el Centro de Crecimiento Empresarial en su conjunto y, de manera específica, promocionar cada evento diseñado para convocar a un considerable número de empresarios.



Pieza gráfica 2



Pieza gráfica 3



Pieza gráfica 4

Piezas gráficas 2,3,4. Orientación CCE.Fuente: <https://www.facebook.com/CamaraComercioCali>

Por otro lado se recurre a la base de datos que se va creando con las atenciones tanto virtuales como presenciales de las orientaciones empresariales, actualmente se realizan orientaciones presenciales a los empresarios que se acercan a las sedes de la Cámara de Comercio de Cali del Centro, Unicentro, Yumbo y Obrero. Además, desde una iniciativa de Crecimiento Empresarial llamada Barrios Vibrantes la cual busca llevar todos los servicios de la entidad a 20 barrios en el año, se ha trasladado al Centro de Crecimiento Empresarial para que oriente a los emprendedores y los conecte con programas, servicios o áreas de la Cámara de Comercio de Cali. La orientación empresarial es esencial para que los empresarios puedan navegar por el complejo mundo empresarial con confianza y éxito.

La experiencia, la visión objetiva, la toma de decisiones informadas y el apoyo en la planificación estratégica son solo algunas de las formas en que un asesor empresarial puede marcar una diferencia significativa en el crecimiento y el desarrollo de una empresa

Fotografías 1,2. Orientación iniciativa Barrios Vibrantes. Jamundí y Vives.



Fotografía 1



Fotografía 2

Fuente: Cámara de comercio de Cali. 16 y 18 de mayo de 2023

Referente a las orientaciones que se realizan de manera virtual, tienen duración de una hora y se realizan a través de la plataforma TEAMS, por este medio permite que la atención sea más eficaz y a la vez cómoda puesto que el empresario puede agendar la fecha y hora que tenga disponible para tomar la asesoría y así mismo realizarlo desde el lugar en el que se encuentre, sin interrumpir en gran medida sus labores y/o actividades ni tener que movilizarse hasta alguna sede de la Cámara de Comercio de Cali.

Fotografía 3. Cita orientación empresarial. Plataforma bookings CCE

Orientación Empresarial

Orientación Empresarial
1 hora

Orientación en Registro de Marca
30 minutos

El 24 julio con Valeria Bolaños Salim

< > julio 2023

do lu ma mi ju vi sá

1

2 3 4 5 6 7 8

9 10 11 12 13 14 15

16 17 18 19 20 21 22

23 24 25 26 27 28 29

Seleccionar personal (opcional)

Valeria Bolaños Salim

02:00 p.m. 03:00 p.m. 04:00 p.m.

Fuente: <https://outlook.office365.com/owa/calendar/CentrodeCrecimientoEmpresarial@ccc.org.co/bookings/>

Adicionalmente a las orientaciones, los empresarios pueden participar y ser parte de los 2.000 usuarios que tiene como meta el Centro de Crecimiento Empresarial por medio de eventos de conexión, conversatorios, capacitaciones, entre otros que estén liderados por el área.



Pieza gráfica 5



Pieza gráfica 6

Piezas gráficas 5,6. Invitación eventos CCE. Fuente: <https://www.instagram.com/camaracali/>

A continuación, se presentan algunas razones por las cuales la experiencia de los empresarios en estos eventos es tan importante:

- **Construcción de redes de contactos:** Los eventos empresariales reúnen a profesionales de diferentes industrias y niveles de experiencia. Un empresario experimentado puede aprovechar su red de contactos previos y establecer nuevas conexiones valiosas. Estas relaciones pueden conducir a oportunidades comerciales, colaboraciones estratégicas y el intercambio de conocimientos, lo que beneficia el crecimiento del negocio.
- **Acceso a nuevas ideas y tendencias:** La participación en eventos empresariales proporciona a los empresarios la oportunidad de estar al tanto de las últimas tendencias, tecnologías y prácticas en su industria. Al compartir conocimientos con otros profesionales, pueden obtener ideas frescas y perspectivas únicas que podrían inspirar innovación y mejoras en su propio negocio.
- **Aprendizaje y desarrollo profesional:** Los eventos empresariales ofrecen una variedad de charlas, paneles y talleres impartidos por expertos en diferentes campos. Un empresario con experiencia puede identificar y seleccionar cuidadosamente las sesiones más relevantes y valiosas para su crecimiento profesional. Aprendiendo de otros líderes y expertos, pueden mejorar sus habilidades de gestión, liderazgo y toma de decisiones.
- **Promoción y visibilidad de la empresa:** Los eventos empresariales proporcionan una plataforma para que los empresarios promocionen su empresa ante una audiencia relevante y amplia. Un empresario con experiencia sabrá cómo destacar y presentar su negocio de manera efectiva, maximizando así la visibilidad y el interés de posibles clientes, inversores o socios comerciales.

- Generación de oportunidades comerciales: La experiencia de un empresario en eventos empresariales les permitirá reconocer y capitalizar oportunidades comerciales potenciales. Estas oportunidades pueden incluir la identificación de clientes potenciales, la captación de inversionistas, la búsqueda de nuevos proveedores o la exploración de asociaciones estratégicas. Saber cómo abordar y aprovechar estas oportunidades puede marcar una gran diferencia en el éxito de una empresa.
- Fortalecimiento de la marca: La participación constante y efectiva en eventos empresariales ayuda a fortalecer la marca de una empresa. Cuando un empresario experimentado asiste a eventos de manera coherente, la marca se convierte en un referente en su industria, generando confianza y credibilidad entre sus pares y clientes potenciales.

En términos generales, el Centro de Crecimiento Empresarial actualmente ha tenido una gran acogida en los empresarios, puesto que permite brindarles un gran acompañamiento desde que tienen una idea de negocio, durante el proceso, cuando montan su empresa y en el fortalecimiento de la misma. Además se ha logrado ir cumpliendo con las metas mensuales enfocados en cumplir el objetivo de 2.000 usuarios, pero sobre todo generando un beneficio a los empresarios y sus empresas.

3.2. Recursos y capacidades del CCE

- Talento humano
- Buen relacionamiento
- Infraestructura
- Bases de datos
- Recursos presupuestales

- Cargos para estudiantes en práctica
- Recursos tecnológicos
- Servicios profesionales
- Networking y conexiones

3.3. Dificultades

- Mantenimiento de una comunidad activa
- Cambios en el entorno empresarial
- Gestión de crecimiento rápido

4. OPINIÓN DE LOS EMPRESARIOS

De acuerdo a la encuesta propuesta, se la aplicó a una muestra de 36 empresarios que asistieron al evento “reconéctate” donde se pretende que a partir de diversas actividades, los empresarios pudieran conocer sobre los emprendimientos que tenía cada uno y así mismo realizar conexiones de proveedores, alianzas, entre otros. Permite a los empresarios, profesionales y representantes de empresas interactuar y establecer contactos comerciales. El objetivo principal de estas actividades es construir relaciones, intercambiar información y establecer conexiones valiosas que puedan ser beneficiosas para los negocios y las carreras de los participantes

Fotografías 4,5. Evento Reconéctate. Sede Unicentro de la Cámara de Comercio de Cali

Fotografía 4



Fotografía 5



Fuente: Cámara de Comercio de Cali. 27 de junio de 2023

La importancia de las actividades de conexión empresarial radica en su capacidad para generar oportunidades comerciales, facilitar el intercambio de conocimientos y experiencias, establecer colaboraciones estratégicas, encontrar posibles socios o inversores y mejorar la visibilidad de una empresa en el mercado.

El networking empresarial eficiente puede ayudar a los empresarios a ampliar sus perspectivas, mantenerse actualizados sobre las tendencias de la industria y mejorar sus habilidades de liderazgo y negociación. Además, permite el acceso a información y recursos valiosos que, de otra manera, podrían ser difíciles de obtener.

Una de las herramientas propuestas para obtener información y/o retroalimentación de los eventos que se realizan desde el Centro de Crecimiento Empresarial para beneficio de los empresarios es por medio de la encuesta que nos permite conocer la satisfacción o percepción que tuvieron los empresarios a partir de las actividades realizadas y además que aporte se obtuvo para su idea de negocio, emprendimiento, empresa, entre otros.

En la Cámara de Comercio de Cali se planea trabajar más cerca de los empresarios para continuar fortaleciendo los lazos de confianza y cercanía y así construir juntos una región más competitiva, sostenible y con impacto social. Desde el área de experiencia del cliente se han compartido las siguientes herramientas, formatos y recursos que se deben utilizar para indagar a los empresarios en las diferentes interacciones que tienen con la Cámara de Comercio de Cali, sin embargo, ninguna de las herramientas tiene una gran frecuencia para mapear de mejor manera la experiencia y la manera en que los eventos y programas pueden aportar al empresario y su negocio. Las herramientas propuestas por la Cámara de Comercio son las siguientes:

- Encuesta de satisfacción relacional: Herramienta que se utiliza para validar la experiencia 360 que los empresarios están viviendo con la Cámara de Comercio de Cali, su frecuencia es anual.
- Sondeo o investigación: Se utiliza para conocer los intereses, preferencias o demás datos que necesitemos saber sobre el empresario para la ideación o lanzamiento de actividades. El diseño de estos instrumentos depende del objetivo y deben ser en momentos específicos.
- Diagnóstico: Permite entender mediante una serie de preguntas y criterios establecidos cuál es el estado o nivel de madurez de las empresas en aspectos específicos para la definición de planes de trabajo, direccionarlos hacia programas donde pueden ser partícipes para el fortalecimiento de su empresa o realizar mediciones de impacto. El

instrumento se aplica en los primeros o últimos momentos en que los empresarios tienen contacto con los programas de la Cámara de Comercio de Cali.

- **Caracterización:** Es un instrumento que permite identificar atributos específicos de los empresarios o empresas y poder agruparlas de acuerdo con las necesidades que se tengan al momento de su aplicación y la necesidad de los equipos de la Cámara de Comercio de Cali.
- **Investigación de mercados:** Es una herramienta que se utiliza para el levantamiento de información sobre el comportamiento que tienen los empresarios y el mercado en el cual se mueven, con esta información el empresario tiene la capacidad de tomar decisiones importantes. Se aplica en momentos específicos de acuerdo con la necesidad.

Al aplicar la herramienta propuesta para el evento organizado desde el Centro de Crecimiento Empresarial a los asistentes, los datos obtenidos de los empresarios son los siguientes:

4.1. Tratamiento de datos (Pregunta 1, 2 y 3)

Para comenzar, los 36 usuarios a los que se les aplicó la encuesta aceptaron el tratamiento de datos y continuaron diligenciando el formulario completando el campo del nombre, cabe resaltar que es importante el campo de nombre y cédula para poder realizar un seguimiento al empresario respecto a los servicios o programas en los que ha participado dentro de la Cámara de Comercio de Cali, además de esta manera se puede mapear el trayecto dentro de las diferentes áreas y así saber cómo orientarlo, apoyarlo u ofrecerle para su desarrollo y fortalecimiento empresarial.

1. ¿Acepta el uso de tratamiento de datos?

<https://bit.ly/3LChgZ4>

[Más detalles](#)

 Información

● Sí

36



2. Nombres completos

[Más detalles](#)

 Información

36
Respuestas

Respuestas más recientes

"Daniela Meza Caro"

"ELIZABETH POSSO FRANCO"

"Andrea Padilla Sanchez"

A continuación se adjuntan los empresarios que realizaron la encuesta

Nombres completos	Número de identificación
Andrés Pulido Calderón	94538591
María Alejandra Segovia	1144075143
Leidy Johana García	1144170051
Viviana cruz	1143968405
Mariana Álvarez	1006208303
Claudia Liliana Moreno Mazuera	38643411
Katherine Volverás Pimiento	1130620945

Katherine Pérez	120322824
Jesús Padrino	135977950
Luz Dary Garcia	38610906
Steven Moreno	1144145028
Juan Fernando Ruiz	1143837387
Patricia borrero correa	31916349
Greisy Rincón Arias	31976059
Diana Carolina Rojas	29678375
Ximena Ordoñez	1061744072
Diana cortes	1130610307
Edilson Lopez Jimenez	3012324110
Lina Marcela Estupiñán	67029660
Mayra Alejandra Rodríguez Monsalve	1144069581
Etna Patricia Hernández Galindo	66918432
Millerlan Escobar	31567437
David Jiménez	1143963722

Herlan Chavez Cifuentes	16825129
Andrés Perdomo	14608323
Flor Angela Libreros	31474236
Orlando Castillo Ortiz	10557281
Jairo Arcila Posada	6463872
José Aldemar Idarraga Torres	94403265
Mayerlyn Leon Parra	66977446
Martha Myriam Ríos Martínez	31887815
Sandra Torres	31539561
Yulen David Perez Solarte	1143858389
Andrea Padilla Sanchez	1082860155
Elizabeth Posso Franco	66827741
Daniela Meza Caro	1005890847

Recopilar el nombre y número de identificación de los empresarios en las encuestas no solo es una cuestión de cumplimiento, sino que también es esencial para garantizar la precisión, la validez y la utilidad de los datos que se recopilan. Esto a su vez permite ofrecer

servicios y recursos más efectivos para promover el crecimiento y el éxito de la comunidad empresarial en general.

3. Número de identificación

[Más detalles](#)

36

Respuestas

Respuestas más recientes

"1005890847"

"66827741"

"1082860155"

4.2. Temática abordada (Pregunta 4)

En el evento nombrado “Reconéctate” la temática abordada fue la reactivación empresarial, teniendo como objetivo principal lograr conexiones empresariales mediante diferentes actividades que permitan el intercambio de ideas y que a su vez los empresarios pudieran presentar su negocio para encontrar proveedores, alianzas, entre otros. La temática abordada fue teniendo en cuenta que después de la pandemia muchas empresas tuvieron un receso debido al cierre del mercado y así también muchos emprendedores iniciaron con sus ideas de negocio para lograr tener ingresos. Dentro de las actividades realizadas estuvieron pitch, entrevistas, simulación, entre otros.

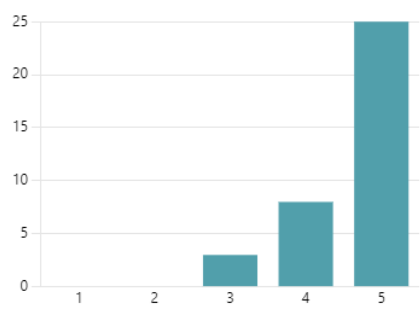
En la siguiente pregunta se pide al empresario calificar de 1 a 5 la importancia de la temática abordada en el evento para la empresa, donde 1 es nada importante y 5 muy importante.

4. En una escala de 1 a 5, donde 1 es nada importante y 5 muy importante, ¿Cómo considera la temática abordada para su empresa ?

La retroalimentación positiva sobre una temática específica puede inspirar a crear contenido relacionado en el futuro. Esto puede incluir seminarios web, talleres, artículos o incluso eventos en persona que profundicen en los aspectos que los participantes valoraron en

el evento anterior. Los resultados obtenidos permiten calcular una calificación promedio de 4,61 donde más del 50% percibió que la información que se llevó a cabo es muy importante para la empresa y los objetivos de la misma, además que al saber qué temas generan satisfacción, se puede obtener una visión más clara de los intereses y preferencias de la audiencia y/o público objetivo.

Los resultados pueden observarse en la siguiente tabla



Gráfica 4 Consideración de la temática abordada en el conéctate. Fuente: Encuesta

En una escala de 1 a 5, donde 1 es nada importante y 5 muy importante, ¿Cómo considera la temática abordada para su empresa ?	
	5
	5
	5
	5
	4
	5
	5
	4

5
3
5
5
5
5
5
5
5
4
5
4
5
5
5
3
5
5
4

5
3
5
4
5
4
4
5
5
5

Saber si los usuarios quedaron satisfechos con la temática abordada en un evento no solo refleja el éxito de ese evento en particular, sino que también proporciona información valiosa para la mejora continua y el desarrollo de futuros eventos que resuenen con el público objetivo. La retroalimentación de los asistentes es una herramienta esencial para el refinamiento y el crecimiento de la oferta de eventos. Además, es una herramienta fundamental para asegurar de que se está cumpliendo con las expectativas y necesidades de quienes hacen parte de la Cámara de Comercio de Cali.

4.3. Conexiones empresariales (Pregunta 5)

Dado que el enfoque primordial de este evento son las conexiones empresariales, las respuestas provenientes de esta sección adquieren una relevancia crucial. Estas respuestas desempeñan un papel fundamental al resaltar las lecciones aprendidas, así como al señalar aspectos susceptibles de mejora o destacar aquellos elementos positivos del evento.

Una conexión empresarial es esencial para un empresario debido a que actúa como un valioso recurso para el crecimiento y éxito de su negocio. Establecer y nutrir relaciones con otros profesionales y empresarios proporciona oportunidades para el intercambio de conocimientos, colaboración en proyectos, acceso a consejos y mentoría, así como la posibilidad de explorar nuevas asociaciones comerciales. Estas conexiones no sólo amplían la red de contactos, sino que también ofrecen perspectivas frescas, posibilidades de aprendizaje continuo y el potencial de acceder a mercados, recursos y experiencias que pueden catalizar el progreso y la innovación en el mundo empresarial.

Con la siguiente pregunta se pretende conocer la efectividad de las actividades realizadas y conocer el número de conexiones que cada uno de los empresarios logró realizar.

5. ¿Cuántos contactos/conexiones considera que pudo realizar el día de hoy?

El resultado obtenido de los empresarios es el siguiente:

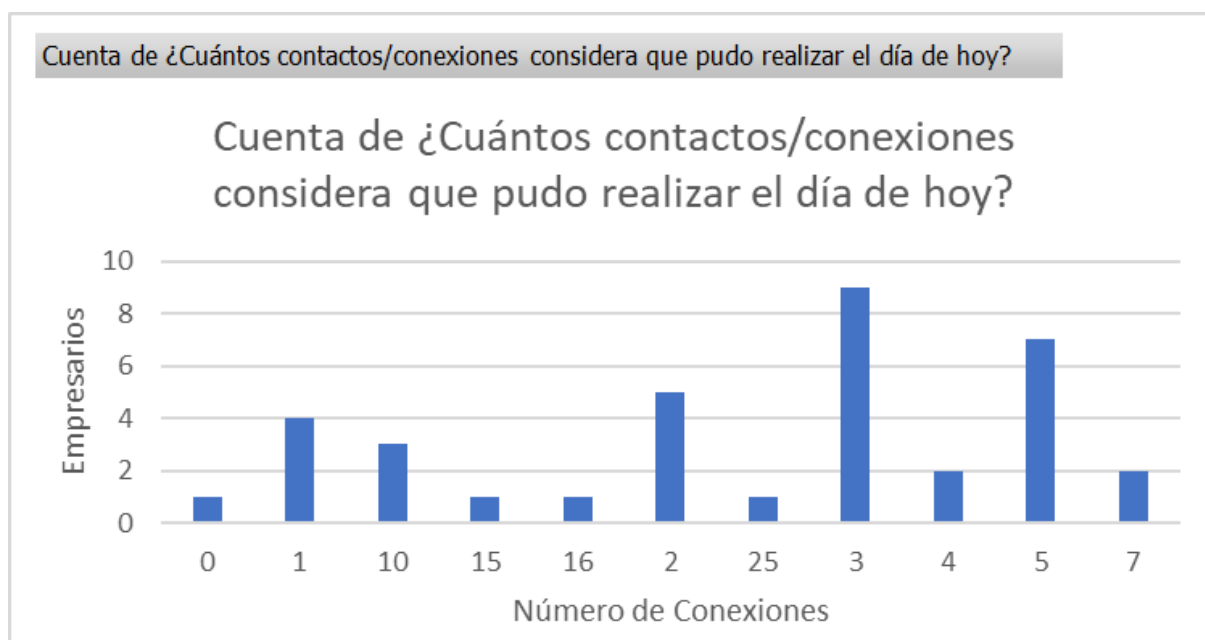
¿Cuántos contactos/conexiones considera que pudo realizar el día de hoy?
7
25
1
3

3
4
10
2
3
3
5
5
2
10
5
2
3
7
15
5
5
2

1
3
3
1
2
0
5
10
5
4
3
1
3
16

A partir de los resultados obtenidos, es notable que el 25% de los empresarios lograron establecer hasta 3 conexiones significativas. Este hallazgo se alinea con la perspectiva de Gulati et al. (2000), quienes hacen referencia a habilidades relacionadas con la red, subrayando la importancia de la capacidad de interactuar eficazmente en una red empresarial. Además, investigaciones previas destacan cómo la experiencia de una empresa en la gestión

de alianzas anteriores puede mejorar la creación de valor, aunque se señalan diferencias significativas según la naturaleza de la cooperación elegida y si esta tiene una base tecnológica o comercial (Anand y Khanna, 2000).



Gráfica 5 Conexiones empresariales, Fuente: Encuesta

El número de conexiones empresariales que un empresario puede realizar representa su capacidad para establecer y mantener relaciones valiosas en el mundo empresarial. Este número refleja la extensión de su red de contactos, incluyendo otros empresarios, profesionales de la industria, proveedores, clientes potenciales, inversores y colaboradores. Cuantas más conexiones empresariales pueda construir, más amplio será su alcance en términos de oportunidades de negocio, aprendizaje, asesoramiento y posibles asociaciones estratégicas.

Un mayor número de conexiones empresariales puede tener varios beneficios. En primer lugar, ofrece acceso a una variedad de perspectivas y conocimientos, lo que puede ser fundamental para tomar decisiones informadas y desarrollar estrategias exitosas. Además, estas conexiones pueden llevar a nuevas oportunidades de negocio, ventas y expansión de

mercado a medida que el empresario interactúa con una gama diversa de personas y organizaciones.

El número de conexiones empresariales también influye en la visibilidad y la reputación del empresario en su industria. Una amplia red de contactos puede aumentar su credibilidad y le permite demostrar su experiencia y habilidades a una audiencia más amplia. Además, las relaciones sólidas pueden proporcionar acceso a mentoría y apoyo, lo que es especialmente valioso para empresarios en etapas iniciales de desarrollo.

4.4. Aspectos por mejorar (Pregunta 6)

6. ¿Cómo podemos mejorar su experiencia?, ¿Qué herramientas o espacios le gustaría tener?

Conocer los aspectos por mejorar de un evento empresarial es esencial para garantizar un progreso constante y la entrega de experiencias de alta calidad. Al identificar áreas que necesitan mejoras, las organizaciones pueden implementar cambios significativos que aumenten la eficiencia operativa, optimicen la satisfacción del cliente y maximicen el valor ofrecido. Además, esta retroalimentación constructiva permite a las empresas adaptarse a las expectativas cambiantes de los asistentes, refinando aspectos como la logística, la organización, la calidad del contenido y la interacción con los participantes. En última instancia, esta atención a la mejora continua fortalece la reputación de la empresa, fortalece las relaciones empresariales y eleva la excelencia general de los eventos.



Gráfica 6 Frecuencia de respuestas. Fuente: Encuesta

Comprender los aspectos por mejorar en un evento empresarial también impulsa la innovación y el crecimiento. Al reconocer deficiencias o ineficiencias en áreas como la comunicación, la participación o la logística, las empresas pueden aplicar soluciones creativas y estratégicas que generen mejoras significativas. Estos desafíos identificados actúan como catalizadores para la adopción de prácticas más efectivas, la incorporación de tecnología innovadora y la implementación de estrategias que no solo enriquecen la experiencia de los participantes, sino que también fortalecen la posición competitiva de la empresa en el mercado. En resumen, conocer y abordar los aspectos por mejorar en eventos empresariales es un componente clave para el crecimiento, la innovación y el mantenimiento de la excelencia operativa en la industria.

Los espacios de conexión empresarial desempeñan un papel crucial al proporcionar un terreno fértil para el intercambio de ideas, el establecimiento de colaboraciones y la creación de redes de contactos en el entorno empresarial. Como destacó el emprendedor y autor Reid Hoffman, "tu red es tu capital social" – estos espacios permiten a los empresarios y profesionales cultivar relaciones valiosas que pueden impulsar oportunidades de crecimiento, innovación y aprendizaje. A través de interacciones informales y eventos estructurados, estos espacios facilitan la difusión de conocimientos, la búsqueda de sinergias y la construcción de relaciones duraderas, fomentando un entorno propicio para la generación de ideas, la superación de desafíos y el éxito empresarial sostenible.

De acuerdo a lo anterior y teniendo en cuenta las respuestas de los empresarios, se ve una necesidad de mejorar estos espacios en cuanto a tiempo, puesto que pasar de una actividad a otra no permite que tengan momentos de conversación en medio de las actividades y puedan dispersarse, además que expresan que las actividades pueden ser mucho más dinámicas y desarrollando casos empresariales prácticos. Sin embargo, hay empresarios que resaltan la importancia de continuar realizando diferentes espacios empresariales que les

ayude a fortalecer su red empresarial, sus conocimientos y además que puedan conocer tips, herramientas o estrategias para implementar en los negocios.

Otro de los aspectos importantes para tener en cuenta es que los empresarios destacan un directorio empresarial, donde se pueda encontrar redes sociales o número de teléfono de los asistentes al evento para darle una continuidad a las conexiones y encontrar futuras alianzas.

A continuación se encuentran los resultados obtenidos

¿Cómo podemos mejorar su experiencia?, ¿Qué herramientas o espacios le gustaría tener?
Más tiempo
Con más dinámicas cómo la de hoy
Espacio abierto, en donde se hagan grupos como los que hace Fundación Coomeva
Más espacios como este
No alcanzamos a hablar porque cortaron por tiempo
Acceso a la base de datos de los asistentes
Ruedas o ferias de negocios
Continuar con las conexiones
Capacitación
Temas de mejoramiento empresarial
Se realizó una buena dinámica

Más espacios de coworking y dividir algunos por áreas o categorías

Experiencias de emprendimiento

Sería muy interesante tener un directorio por categorías de los diferentes emprendedores

Más tiempo en las conexiones

Soporte audiovisual, poder traer insumos como videos o mostrar nuestras redes sociales

Soporte audiovisual

Rueda de negocios

Implementación de metodologías para la I+D+i

Más actividades

Mejorar las sillas

La conferencia estuvo apropiada y los tiempos acordes con lo que necesitábamos

Informes educativos

Obtener la presentación para revisar y asesoría técnica

Que éstos espacios sean más frecuentes, y que la Cámara de Comercio de Cali pueda ayudar más en la adquisición de estos permisos cuando ya estén formalizados, servir como garantes si el empresario no cuenta con los recursos..

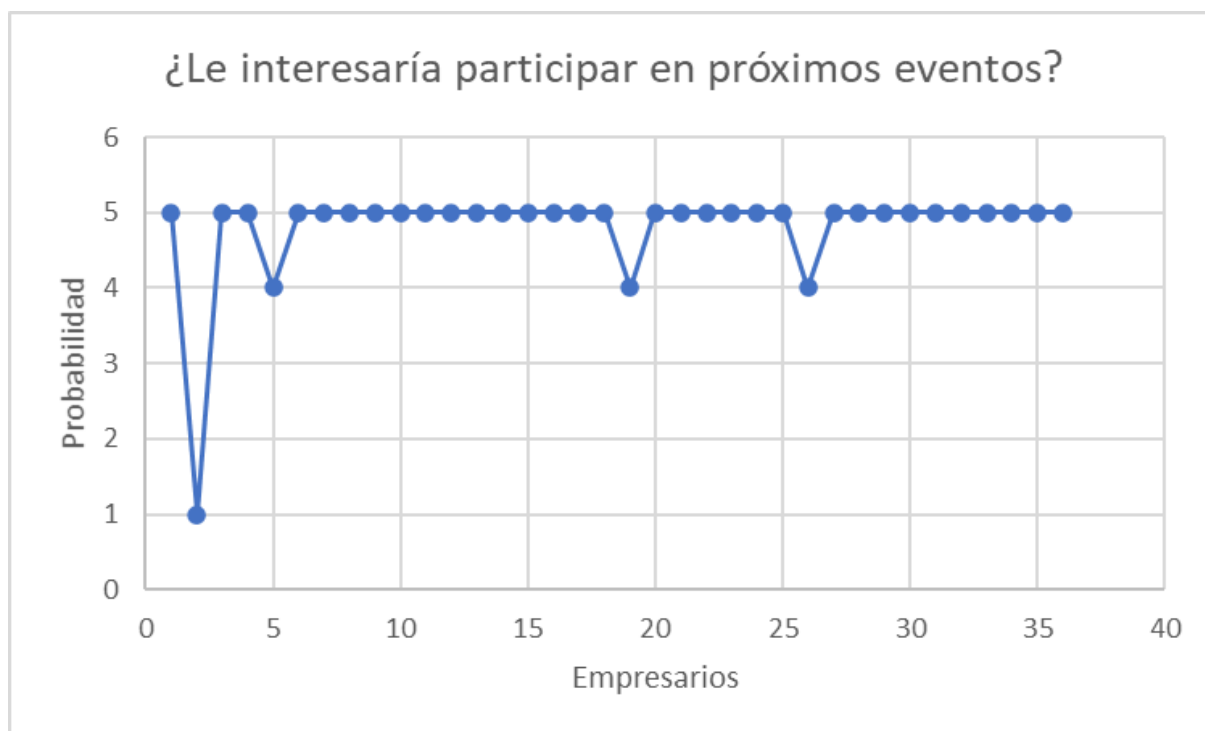
Tener actividades más dinámicas

Circuito de Marketing y Finanzas
Laboratorios aplicando todo lo enseñado, ejemplos prácticos o reales efectuados a empresas
Un poco más de tiempo y segmento de empresas
Abordar temas sobre estrategias de ventas efectivas
Haciendo éstos eventos más frecuentes invitando a otros empresarios y en lo posible que el capacitador fuera un poco más pausado en la enseñanza, pues con tanta velocidad a veces no se logra captar todo lo que transmiten.
Abordar herramientas de ventas
Brindar más tiempo de conexión
Me agrado el espacio y temas abordados
Optimizar el tiempo de interacción con otras personas, realizar dentro de los asistentes grupos más pequeños
Espacios donde se pueda compartir con calma el portafolio de servicios a un público amplio

4.5. Participación de futuros eventos (Preguntas 7 y 8)

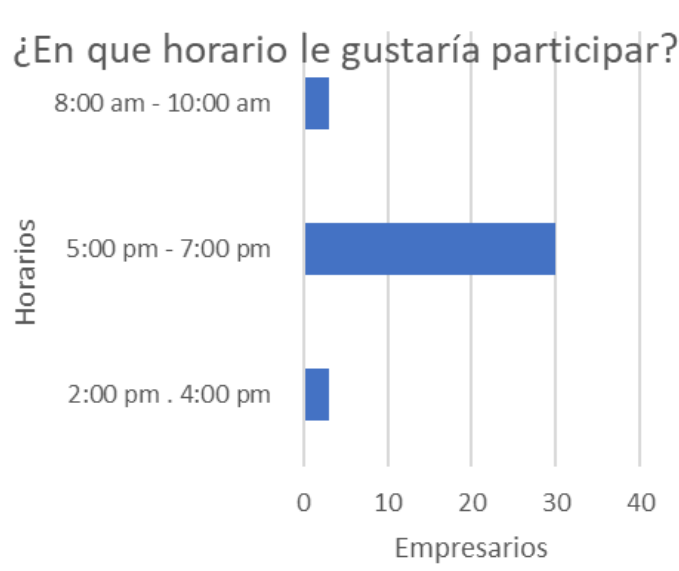
Con base en los datos recopilados y la participación activa de los empresarios, resulta esencial indagar acerca de su interés en continuar participando en futuros programas o convocatorias organizados por la Cámara de Comercio de Cali. Asimismo, se busca obtener información sobre sus preferencias horarias, identificando los momentos más propicios para su asistencia sin que interfiera con otras actividades o compromisos.

En los resultados podemos obtener que la calificación promedio es de 4.81 donde el máximo es 5, por esto mismo se puede descifrar que la acogida y satisfacción de los empresarios es alta.



Gráfica 7 Interés en próximos eventos. Fuente: Encuesta

Es esencial que los empresarios mantengan el interés y la motivación para continuar participando en eventos empresariales debido a los invaluable beneficios que esto conlleva. Estos eventos no solo proporcionan una plataforma para el aprendizaje continuo, la adquisición de nuevos conocimientos y habilidades, y la exposición a tendencias emergentes en la industria, sino que también brindan oportunidades únicas para establecer conexiones valiosas con otros profesionales y líderes del sector. Al fomentar la participación continua en eventos empresariales, los empresarios tienen la oportunidad de expandir su red de contactos, buscar colaboraciones estratégicas y mantenerse en la vanguardia de la innovación, todo lo cual contribuye a un crecimiento empresarial más sólido y sostenible.



Gráfica 8 Horarios para futuros eventos. Fuente: Encuesta

Al evaluar el interés de los empresarios en participar en eventos futuros, se destaca que un notable 83% expresó su preferencia por horarios entre las 5:00 pm y las 7:00 pm. Esta elección no solo asegura una mayor asistencia a los eventos, sino que también genera un impacto positivo tanto para el Centro de Crecimiento Empresarial como para la Cámara de Comercio de Cali, fortaleciendo así su influencia en la comunidad empresarial.

Además, la participación constante en eventos empresariales refuerza el compromiso del empresario con su propio desarrollo profesional y con el progreso de su empresa. Al mostrar una disposición a aprender, a compartir conocimientos y a conectarse con otros en la comunidad empresarial, los empresarios demuestran una actitud proactiva hacia su crecimiento personal y la mejora de su negocio. La continuidad en la participación no solo genera visibilidad y credibilidad en el ámbito empresarial, sino que también permite a los empresarios aprovechar al máximo las oportunidades presentadas en estos eventos, lo que a la larga contribuye a su éxito duradero y a la expansión de su influencia en el mundo empresarial.

5. ENTREVISTA A EXPERTOS

5.1. Objetivo

Examinar la experiencia empresarial acumulada por cada uno de los expertos en su trayectoria laboral, con el propósito de extraer recomendaciones valiosas para mejorar la atención y la experiencia de los empresarios en un centro de crecimiento empresarial de la Cámara de Comercio de Cali. Este análisis no solo busca enriquecer el apoyo ofrecido, sino también fortalecer el proceso, desde la gestación de ideas de negocio hasta el respaldo a empresas ya establecidas.

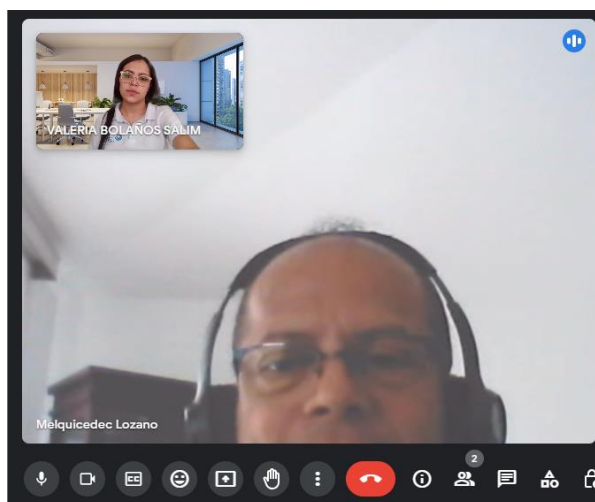
5.2. Preguntas

1. Cuéntenos desde su experiencia en el mundo empresarial, ¿cuáles son los obstáculos más difíciles de superar para las empresas emergentes?
2. ¿Cómo pueden las empresas mantenerse innovadoras y adaptarse a los cambios constantes en el mercado?
3. ¿Ha hecho uso de los servicios prestados por la CCC, ¿Cuáles y cómo le han parecido?
4. ¿Cuál cree que es la importancia de la formalización y qué les diría a los emprendedores sobre los beneficios o restricciones que tiene la formalización?
5. De acuerdo a los desafíos más comunes que enfrentan los empresarios en las diferentes etapas de desarrollo de sus empresas en el Valle del Cauca, ¿Qué propone usted para mejorar la relación entre la Cámara de Comercio de Cali y Centro de Crecimiento Empresarial con los empresarios?
6. ¿Cómo ve el panorama empresarial en los próximos años y qué oportunidades o desafíos anticipa?

5.3. Expertos entrevistados

5.3.1 Melquicedec Lozano

Fotografía 6 Entrevista Melquicedec Lozano. Plataforma meet



Fuente: Entrevista a expertos. 2 de septiembre de 2023

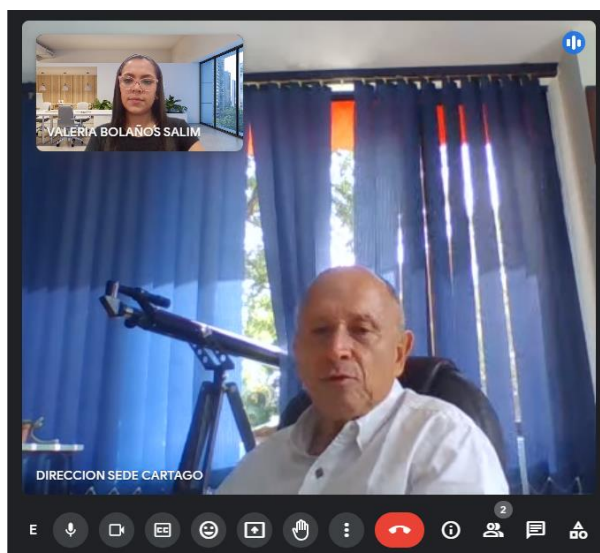
Profesor Investigador del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) de la Universidad Icesi, Cali, Colombia, trabaja en el área de emprendimiento con creatividad empresarial, espíritu empresarial y creatividad empresarial. Su eje está relacionado a los temas de empresa familiar, actualmente dicta el curso de pregrado de administración de empresas familiares.

Pionero en el tema de empresas familiares, iniciando su trayectoria como profesor en el año 88. Sin embargo, hace algunos años tiene con su hijo una empresa consultora y él desempeña el papel de asesor especializado en negocios familiares.

Ha sido profesor visitante en las Universidades de Castilla la Mancha y de Córdoba, España; en la Universidad de Concepción, Chile; y en la Universidad UEES, de Ecuador. Coautor de los libros “Crear empresas: misión de todos”, editado por la Universidad Icesi, y “El nuevo rostro empresarial”, editado por el BID.

5.3.2 Fernando Echeverry

Fotografía 7 Entrevista a Fernando Echeverry. Plataforma meet



Fuente: Entrevista a expertos. 5 de septiembre de 2023

Abogado de la Universidad Santo Tomás, Especialista en Derecho Privado y Económico y en Gerencia de Negocios y Competitividad Internacional. Se desempeñó como secretario encargado de obras públicas del Departamento del Valle del Cauca y como secretario privado de la Gobernación del Valle del Cauca, en el año 2012 fue director ejecutivo de Acopi, Valle.

Fernando Echeverry ocupó diversos cargos de importancia a lo largo de su carrera. Fue director de la Aduana en Cartago, además de ejercer las funciones de director y presidente del Comité Asesor Regional de Comercio Exterior en la región suroccidental de Colombia, incluyendo el Valle del Cauca. También desempeñó el papel de director del Instituto Colombiano de Comercio Exterior en la zona del Suroccidente y formó parte del Comité Intergremial del Valle del Cauca. Además, tuvo la experiencia de presidir ASOPARTES Valle del Cauca y de ocupar el puesto de Gerente en Importadora Cali.

5.3.3 Jean Carlo Guerrero

Fotografía 8 Entrevista a Jean Carlo Guerrero. Plataforma meet



Fuente: Entrevista a expertos. 7 de septiembre de 2023

Gerente de Bienestar y Autosuficiencia en The Church of Jesus Christ of Latter-day Saints. Su enfoque principal se centra en promover el desarrollo socioeconómico mediante la gestión de proyectos y la utilización estratégica de recursos en la comunidad. Esta labor se divide en tres áreas fundamentales: fomentar la empleabilidad, fomentar el espíritu emprendedor y fomentar la educación. Además, se dedica a capacitar a líderes voluntarios en Colombia y actúa como coach para empresarios, brindándoles apoyo para el crecimiento de sus empresas. Como líder de un equipo compuesto por más de 100 voluntarios, también está encargado de gestionar el presupuesto financiero asignado para la zona.

Además, participa como socio fundador en Guerrero Higiene y Seguridad Industrial, una empresa que ofrece servicios de asesoramiento y consultoría en el ámbito de la higiene y

la seguridad industrial. Esta empresa se dedica a reducir los riesgos mediante la realización de visitas de análisis de riesgo sin costo alguno, con el objetivo de satisfacer las necesidades a través de diversas líneas de negocio, que incluyen:

- Consultoría en sistemas de gestión.
- Sanitación de ambientes, que involucra desinfección.
- Fumigación para mitigar riesgos biológicos.
- Venta, recarga y capacitaciones relacionadas con extintores.
- Suministro de elementos de protección y seguridad industrial (EPP).

5.3.4 Camila Chávez

Fotografía 9 Entrevista a Camila Chávez. Plataforma teams

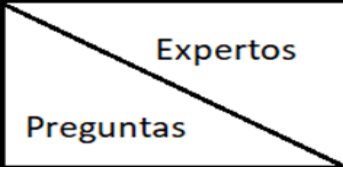


Fuente: Entrevista a expertos. 21 de septiembre de 2023

Camila Chávez, estudiante de Biología de la Universidad del Valle, junto con un administrador de empresas javeriano, Luis Cuadros, son los creadores de un producto llamado Espectañas. Se trata de un aceite 100% natural que estimula el crecimiento de cejas y pestañas, evita su caída, las mantiene limpias y las nutre. Camila creó la fórmula del aceite basándose en su conocimiento en botánica, y Luis se unió como socio para ayudar en la producción y distribución. El producto se hizo popular gracias al boca a boca y el uso de redes

sociales como Instagram, y durante la pandemia, la pareja pudo dedicar tiempo completo al negocio, expandiéndose a más ciudades y clientes.

5.4. Malla de Lectura

	Ideas fuerza Experto N°1 Melquicedec Lozano	Ideas fuerza Experto N°2 Fernando Echeverry	Ideas fuerza Experto N°3 Jean Carlo Guerrero	Ideas fuerza Experto N°4 Camila Chávez
Pregunta N°1 Cuéntenos desde su experiencia en el mundo empresarial, ¿cuáles son los obstáculos más difíciles de superar para las empresas emergentes?	1. Considerar la etapa de crecimiento de una empresa al abordar la consultoría empresarial y adaptar enfoques según esta etapa. 2. Reconocer la singularidad de cada empresa en términos de recursos, objetivos y desafíos. 3. Identificar cinco obstáculos clave en la consultoría empresarial: - Capacitación del personal. - Objetivos empresariales a largo plazo. - Conocimiento del sector y mercado. - Capacidad de gestión	1. Se destacan los desafíos que enfrenta la humanidad en la actualidad debido al cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la contaminación ambiental. 2. Se enfatiza la necesidad de tomar medidas urgentes y colectivas para abordar estos problemas y proteger el medio ambiente. 3. Se menciona la importancia de la acción a nivel global, con la colaboración de gobiernos, empresas y la sociedad civil. 4. Se resalta la necesidad de adoptar prácticas sostenibles en la producción y el consumo	1. Se mencionan obstáculos comunes que enfrentan las empresas emergentes, que incluyen la falta de acceso a recursos financieros, la falta de experiencia en gestión empresarial, la competencia en el mercado, los recursos limitados, el desarrollo del mercado y las regulaciones y trámites burocráticos. 2. Se destaca la importancia de superar estos obstáculos para que las empresas emergentes puedan prosperar. 3. Se menciona que el Gerente de Bienestar y Autosuficiencia en The	1. Falta de recursos financieros: Las empresas emergentes a menudo carecen de financiamiento inicial, lo que limita su capacidad para contratar personal y desarrollar productos de calidad. 2. Gestión del crecimiento: A medida que crecen, las empresas deben aprender a delegar eficazmente para evitar la sobrecarga de trabajo en los fundadores y el equipo inicial. 3. Manejo de las finanzas: La gestión financiera deficiente puede llevar a decisiones erróneas en inversión y gasto, lo que es esencial para el éxito a largo plazo.

	interna. - Inversión en recursos. 4. Los desafíos adicionales en empresas familiares relacionados con la dinámica entre la familia y el negocio. 5. La importancia de no descuidar la planificación estratégica en favor de tareas rutinarias. 6. Otros obstáculos incluyen la concentración de información, fallas en la comunicación interna, obsolescencia tecnológica y falta de formación en gestión de recursos. 7. La necesidad de establecer juntas o comités de discusión para tomar decisiones más informadas en la consultoría empresarial.	de recursos naturales. 5. Se subraya la importancia de la educación y la concienciación ambiental para promover un cambio de actitud hacia el medio ambiente. 6. Se menciona la importancia de invertir en tecnologías limpias y energías renovables como parte de la transición hacia un futuro más sostenible. 7. Se concluye que la protección del medio ambiente es una responsabilidad compartida y urgente que requiere acciones concretas en todos los niveles de la sociedad y la economía.	Church of Jesus Christ of Latter-day Saints, con su experiencia en gestión de proyectos y desarrollo socioeconómico, podría brindar apoyo y orientación valiosos a las empresas emergentes para superar estos desafíos.	4. Competencia en el mercado: La competencia feroz exige que las empresas emergentes se diferencien y ofrezcan un valor único a los clientes. 5. Cambio constante y adaptación: El entorno empresarial evoluciona rápidamente, y las empresas deben ser flexibles y adaptarse a nuevos desafíos y oportunidades.
Pregunta N°2 ¿Cómo pueden las empresas mantenerse innovadoras y adaptarse a los cambios constantes en el mercado?	1. La inteligencia artificial ha avanzado significativamente en los últimos años, lo que ha llevado a su integración en diversas industrias y	1. La innovación y la adaptación son cruciales para que las empresas se mantengan competitivas en un mercado en constante cambio. 2. Se mencionan diversas	1. Se destaca la importancia de crear una cultura organizacional que fomente la innovación en las empresas. Esto incluye promover la generación de	1. Estar siempre atentos a las tendencias y capacitarse constantemente: -Seguir de cerca las tendencias del mercado, incluyendo cambios en las

	aplicaciones. 2. La IA se utiliza en campos como la atención médica, la logística, la seguridad, la atención al cliente y la conducción autónoma, entre otros. 3. Uno de los principales beneficios de la IA es su capacidad para procesar grandes cantidades de datos y extraer información útil. 4. La IA también se utiliza en la automatización de tareas repetitivas y en la toma de decisiones basadas en datos. 5. Sin embargo, la implementación de la IA plantea desafíos éticos y de privacidad que deben abordarse. 6. El aprendizaje automático y las redes neuronales son tecnologías clave en la IA que permiten a las máquinas aprender y mejorar con el tiempo. 7. La IA tiene un gran potencial para transformar	estrategias y enfoques para fomentar la innovación y la adaptación en las empresas: - Cultura de Innovación: Fomentar una cultura organizacional que promueva la innovación y aliente a los empleados a proponer ideas y asumir riesgos. - Investigación y Desarrollo: Destinar recursos a la investigación y desarrollo de nuevos productos, servicios o procesos. - Colaboración Externa: Establecer alianzas estratégicas con otras empresas, startups, universidades y centros de investigación. - Escuchar al Cliente: Recopilar retroalimentación constante de los clientes para comprender sus necesidades cambiantes. - Flexibilidad Organizacional: Tener una estructura que permite	ideas, la toma de riesgos calculados y el aprendizaje de los errores. 2. Se menciona que la innovación debe ser parte de la identidad de la empresa y ser impulsada por todos los niveles de la organización. 3. Se subraya la importancia de mantenerse al tanto de las tendencias del mercado y las necesidades cambiantes de los clientes, así como de escuchar activamente a los clientes para ajustar productos o servicios en función de sus comentarios. 4. Se menciona que la inversión en investigación y desarrollo (I+D) es fundamental para la innovación sostenible, y se anima a las empresas a explorar nuevas tecnologías y enfoques. 5. Se resalta la importancia de la colaboración, tanto interna como externa, como un	preferencias de los consumidores, avances tecnológicos y desarrollos en la competencia. -Realizar formación continua para mantenerse al día con las últimas tecnologías y prácticas de la industria. -Utilizar las redes sociales para interactuar con los clientes y mantener una presencia activa en línea. 2.Responder a las demandas del mercado y a las tendencias: -Atender las demandas cambiantes de los clientes, adaptando productos, servicios y estrategias de marketing para ofrecer un valor real. -Aprovechar las tendencias emergentes que se alineen con la marca y capacidades de la empresa, adaptando productos, servicios y procesos de manera efectiva.
--	--	--	---	---

	industrias y mejorar la eficiencia y la precisión en diversas aplicaciones. 8. A medida que la IA continúa desarrollándose, es importante considerar su impacto en la sociedad y garantizar que se utilice de manera responsable y ética.	cambios rápidos en respuesta a las demandas del mercado. - Inversión en Tecnología: Adoptar tecnologías avanzadas para mejorar la eficiencia y permitir la innovación. - Formación y Desarrollo: Capacitar continuamente a los empleados para mantener sus habilidades y conocimientos actualizados. - Monitoreo del Entorno: Estar al tanto de los cambios en el entorno empresarial, la competencia y las regulaciones. - Gestión de la Innovación: Implementar procesos y sistemas para gestionar proyectos de innovación de manera efectiva. - Evaluación de Resultados: Realizar un seguimiento y análisis de los resultados de las iniciativas de innovación.	factor clave para la innovación en las empresas. 6. Se menciona la necesidad de establecer métricas de rendimiento y seguir un enfoque basado en datos para medir el éxito de las iniciativas de innovación. 7. Se enfatiza que el enfoque a largo plazo y la gestión de proyectos innovadores son esenciales para mantener la innovación en el núcleo de la estrategia empresarial.	
--	---	--	---	--

		3. Se enfatiza que las empresas deben adoptar una mentalidad de cambio constante y estar dispuestas a adaptarse rápidamente a las nuevas circunstancias para mantener su competitividad.		
Pregunta N°3 ¿Ha hecho uso de los servicios prestados por la CCC, ¿Cuáles y cómo le han parecido?	1. La empresa de la que se habla está registrada en la Cámara de Comercio de Buga debido a la ubicación del hijo en ese momento. 2. La Cámara de Comercio de Palmira está planeando aumentar sus esfuerzos en capacitaciones relacionadas con empresas familiares y sensibilización. 3. La Cámara de Comercio de Cali ha tenido interacciones pasadas, pero no una colaboración más reciente. 4. La empresa ha utilizado principalmente los servicios de la Cámara de	1. Se señala una falta de apoyo en el proceso de ideación empresarial por parte de las cámaras de comercio en Colombia, en contraste con la universidad que brinda este tipo de apoyo. 2. Se destaca la ausencia de planes exportadores claros y una cultura de internacionalización en las cámaras de comercio, lo que podría limitar las oportunidades de negocios internacionales y el crecimiento empresarial. 3. Se sugiere la necesidad de una ruta definida para la internacionalización de las empresas, y se enfatiza la importancia de que las	1. Uso de servicios de asesoría y programas de fortalecimiento empresarial de la Cámara de Comercio de Cali. 2. Beneficios de estos servicios para su desarrollo empresarial y el de su empresa. 3. Interés en conocer el ecosistema de programas de la Cámara de Comercio de Cali. 4. Compartir esta información con voluntarios y miembros de la empresa para su desarrollo profesional y empresarial. 5. Reconocimiento del papel importante de la Cámara de Comercio de	1. Aprovechamiento de servicios de la Cámara de Comercio de Cali: - Utilización extensiva de recursos proporcionados por la Cámara para impulsar el crecimiento y la eficiencia del negocio. 2. Capacitaciones y Formación: - Valoración significativa de las capacitaciones ofrecidas por la Cámara de Comercio de Cali. - Incorporación regular de estas capacitaciones en los calendarios de empleados para mantenerlos actualizados

	Comercio de Buga para consultoría. 5. El hijo ha participado activamente en diversas sesiones de capacitación, incluyendo conferencias internacionales como el Family Enterprise Research Conference y el International Family Enterprise Research Conference, así como otras conferencias y congresos para networking y aprendizaje.	cámaras de comercio promuevan la expansión más allá de los mercados locales. 4. En general, se plantea la necesidad de que las cámaras de comercio aborden estos desafíos y brinden un mejor apoyo al desarrollo empresarial y la internacionalización de las empresas en Colombia.	Cali en el apoyo a emprendedores y empresarios en la región. 6. Compromiso en aprovechar al máximo los servicios y programas ofrecidos por la Cámara de Comercio de Cali.	en tendencias y conocimientos relevantes. 3. Webinars, Capacitaciones y Cursos en Línea: - Mantenimiento de una atención constante en la plataforma de la Cámara de Comercio de Cali para acceder a recursos como webinars, capacitaciones y cursos en línea. - Utilización de estos recursos para mantenerse al día con las últimas novedades en la industria y adquirir nuevas habilidades de manera conveniente. 4. Programa Prospera: - Beneficio del programa Prospera de la Cámara de Comercio de Cali, que ha sido fundamental para el desarrollo y crecimiento del negocio. - Recepción de orientación estratégica y recursos clave que han contribuido al éxito
--	---	---	---	---

				empresarial. 5. Registro de Marca: - Colaboración cercana con la Cámara de Comercio de Cali para llevar a cabo el registro de la marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio. - Reconocimiento de la importancia de la experiencia y el apoyo proporcionado por la Cámara en la protección de los derechos de propiedad intelectual.
Pregunta N°4 ¿Cuál cree que es la importancia de la formalización y qué les diría a los emprendedores sobre los beneficios o restricciones que tiene la formalización?	1. El año 1999 fue un período desafiante en Colombia y en el mundo, con muchas personas considerando la emigración debido a las dificultades. 2. A pesar de las dificultades, se registraron alrededor de 8,000 nuevas empresas en Colombia en 1999, lo que muestra que siempre existen oportunidades y personas	1. Se reconoce que el pago de la Cámara de Comercio puede ser percibido como un gasto adicional para los emprendedores, especialmente para aquellos que están comenzando con recursos limitados. 2. Se resalta que la formalización de un negocio a través de la inscripción en la Cámara	1. Se resalta la importancia de la formalización de un negocio como un paso crucial en el camino de cualquier emprendedor. 2. La formalización otorga legitimidad y credibilidad al negocio, lo que es fundamental para ganar la confianza de clientes, inversores y socios. 3. Se menciona que la formalización brinda	1. Desconocimiento de los servicios de la Cámara de Comercio de Cali: - Muchas personas no están al tanto de los diversos servicios que ofrece la Cámara de Comercio de Cali y tienden a pensar que se limita al registro mercantil y el pago de tasas. 2. Papel esencial en el crecimiento empresarial: - Destacar que la Cámara

	decididas a quedarse y contribuir al crecimiento del país. 3. La formalización es esencial en el emprendimiento y las empresas familiares, ya que facilita la continuidad y estabilidad, minimiza conflictos y permite acceder a recursos financieros y técnicos. 4. La formalización también conlleva responsabilidades y desafíos, como el cumplimiento de regulaciones fiscales y laborales, que requieren asesoramiento profesional para gestionar de manera adecuada.	de Comercio tiene beneficios significativos que superan los costos asociados. 3. Se mencionan ventajas de la formalización, como el acceso a servicios financieros, la emisión de facturas legales, la participación en licitaciones públicas y la generación de confianza entre clientes y proveedores. 4. Se destaca que la formalización también puede proteger los activos personales de los emprendedores y limitar su responsabilidad en problemas legales. 5. Se reconoce que la formalización implica responsabilidades fiscales y administrativas, pero se argumenta que estas obligaciones permiten operar en un entorno empresarial más estable y competitivo. 6. Se insta a los emprendedores a	acceso a oportunidades financieras, como préstamos, inversiones y apoyo gubernamental, así como la participación en licitaciones públicas y programas de financiamiento. 4. Se enfatiza que la formalización permite al emprendedor proteger sus activos personales al establecer una entidad legal separada. 5. Se mencionan los beneficios de la formalización, como la generación de confianza, el acceso a financiamiento, la reducción de riesgos legales y la posibilidad de crecimiento. 6. Se señalan las restricciones de la formalización, que incluyen la carga administrativa, los costos iniciales y las responsabilidades fiscales y contables más estrictas.	de Comercio de Cali desempeña un papel fundamental en el crecimiento de las empresas. 3. Oportunidades de formación y capacitación: - La Cámara proporciona valiosas oportunidades de formación, estructuración y capacitación que son esenciales para el éxito empresarial. 4. Recursos para el desarrollo de habilidades y conocimientos clave: - Los programas ofrecidos por la Cámara ayudan a los emprendedores y empresarios a desarrollar habilidades y adquirir conocimientos clave, mejorando la gestión de sus negocios. 5. Beneficios de la participación en programas de la Cámara: - La experiencia personal muestra que la participación en los
--	---	--	---	---

		considerar la formalización como una inversión a largo plazo en el crecimiento y la sostenibilidad de su negocio en lugar de verlo simplemente como un gasto. 7. Se sugiere que buscar asesoramiento profesional puede ayudar a minimizar los costos y cumplir con las obligaciones legales de manera eficiente.		programas de la Cámara de Comercio de Cali ha sido extremadamente beneficiosa para el negocio, contribuyendo significativamente a la formación empresarial y proporcionando herramientas prácticas para el crecimiento.
Pregunta N°5 De acuerdo a los desafíos más comunes que enfrentan los empresarios en las diferentes etapas de desarrollo de sus empresas en el Valle del Cauca, ¿Qué propone usted para mejorar la relación entre la Cámara de Comercio de Cali y Centro de Crecimiento Empresarial con los empresarios?	1. La Cámara de Comercio de Cali observa que se abordan los temas de manera aislada y fragmentada en lugar de ofrecer una visión integral a las empresas. 2. Se considera esencial trabajar en la integración de conceptos y servicios para ofrecer a las empresas un paquete completo que cubra todas las áreas importantes, desde el gobierno corporativo hasta las competencias y	1. Se enfatiza la importancia de mejorar la capacitación empresarial y fomentar la innovación y la creatividad en lugar de seguir utilizando enfoques tradicionales. 2. Se destaca la necesidad de generar propuestas innovadoras para las empresas y se sugiere que las cámaras de comercio pueden carecer de una investigación profunda que permita desarrollar propuestas significativas. 3. Se menciona el papel	1. Se propone mejorar la relación entre la Cámara de Comercio de Cali y el Centro de Crecimiento Empresarial con los empresarios en el Valle del Cauca. 2. Se sugiere implementar estrategias centradas en las necesidades cambiantes de las empresas en diferentes etapas de desarrollo. 3. Se destaca la importancia de establecer programas de capacitación y asesoría específicos para cada etapa del ciclo	1. Colaboración con embajadores y experiencias exitosas: - Propuesta de colaborar con embajadores y personas que han pasado por el proceso en la Cámara de Comercio de Cali. - Reconocimiento de que la experiencia y los testimonios de estos individuos pueden ser recursos valiosos para ampliar el alcance y atraer a empresarios que

	aspectos estratégicos. 3. En lugar de tratar cada elemento por separado, se aboga por crear un enfoque más cohesivo y comprensible para los empresarios, para que puedan comprender cómo todos estos aspectos se relacionan y contribuyen al éxito general de su empresa. 4. Proporcionar a los empresarios un panorama completo y articulado les permitirá identificar con mayor claridad las áreas de mejora y tomar decisiones informadas. 5. Se destaca la importancia de ayudar a los empresarios a comprender la relevancia de estos elementos dentro de un esquema más amplio y a tomar medidas más efectivas para fortalecer sus negocios.	fundamental de las universidades en este aspecto, especialmente aquellas que se dedican a investigar temas empresariales y pueden generar propuestas más efectivas para los empresarios. 4. Se menciona un programa llamado "Pacto de Sistemas Estratégicos" entre la universidad y la gobernación del Valle, que está teniendo un impacto positivo en la región, especialmente en Cartago. 5. Se señala que las cámaras de comercio no han alcanzado los mismos niveles de detalle y minuciosidad que las universidades en este aspecto, lo que sugiere una oportunidad de mejora en la forma en que las cámaras de comercio abordan estos temas. 6. Se sugiere que el sistema de cámaras de comercio debe ser más unificado y centrado en la	empresarial, incluyendo temas críticos como gestión empresarial, estrategias de marketing, finanzas y tecnología. 4. Se propone promover eventos de networking periódicos para que los empresarios se conecten entre sí y con expertos en la industria, facilitando el intercambio de experiencias y colaboraciones comerciales. 5. Se sugiere desarrollar una plataforma en línea que ofrezca recursos educativos, herramientas de planificación empresarial y acceso a información relevante para emprendedores y empresarios. 6. Se enfatiza la importancia de fomentar la mentoría empresarial, donde empresarios experimentados guíen y apoyen a aquellos que están comenzando o en etapas intermedias de	necesitan los servicios ofrecidos. 2. Superación de la dependencia de canales tradicionales: - Señalamiento de la tendencia a utilizar canales tradicionales para atraer a empresarios habituales. - Destaca la necesidad de llegar a un grupo más amplio de emprendedores que aún no conocen las herramientas y métodos disponibles. 3. Utilización de historias de éxito como estrategia de inspiración: - Sugerencia de que la Cámara de Comercio de Cali y el Centro de Crecimiento Empresarial aprovechen las historias de éxito de participantes anteriores para inspirar y atraer a una audiencia más amplia de empresarios potenciales.
--	--	--	--	---

		generación de propuestas innovadoras y efectivas para el empresariado.	desarrollo. 7. Se concluye que estas estrategias fortalecerán la relación entre las organizaciones empresariales y los empresarios en el Valle del Cauca, contribuyendo al crecimiento económico y empresarial en la región.	
Pregunta N°6 ¿Cómo ve el panorama empresarial en los próximos años y qué oportunidades o desafíos anticipa?	1. Se mencionan diversas oportunidades en el horizonte para las empresas, pero se advierte que si no se aprovechan adecuadamente, podrían convertirse en obstáculos. 2. Se destacan oportunidades como el crecimiento de empresas en el ámbito digital y la posibilidad de expandir operaciones mediante ramificaciones impulsadas por la próxima generación. 3. La internacionalización se presenta como una oportunidad debido a la virtualidad y la eliminación de barreras físicas.	1. La capacidad de innovar y adaptarse rápidamente a los cambios en el entorno empresarial es crucial para el éxito futuro de las empresas. 2. Las empresas ágiles y centradas en la innovación están en una posición favorable para aprovechar nuevas oportunidades y abordar desafíos de manera efectiva. 3. Se destaca que el panorama empresarial está en constante cambio y puede verse afectado por eventos imprevistos, lo que subraya la importancia de la adaptabilidad. 4. Se enfatiza que las	1. Se menciona que el panorama empresarial en los próximos años presenta tanto oportunidades como desafíos significativos. 2. Se resalta que las oportunidades en el entorno empresarial se centran en la innovación tecnológica y la digitalización, con empresas que adopten nuevas tecnologías y se adapten a las demandas cambiantes del mercado. 3. Se menciona la importancia de promover la empleabilidad y el espíritu emprendedor, lo que puede conducir a la	1. Destaca la importancia de estar al tanto de las tendencias y ser proactivo en la innovación. 2. Subraya la necesidad de estar delante de las preferencias de los clientes para lograr el éxito en los negocios. 3. Resalta que, a pesar de las preocupaciones y la incertidumbre, es crucial mantenerse enfocado en el negocio y trabajar constantemente en su mejora. 4. Hace hincapié en la dedicación y el enfoque en el negocio propio como elementos esenciales para enfrentar desafíos y

	4. Se enfatiza la importancia del crecimiento humano, incluyendo el aprendizaje de idiomas y la comprensión de otras culturas, para aprovechar oportunidades globales y adaptar productos y servicios. 5. La disponibilidad de información y conocimiento asequible se ve como una oportunidad para reducir la brecha entre empresas locales y empresas internacionales poderosas. 6. La innovación abierta y las alianzas estratégicas se mencionan como formas de aprovechar oportunidades y acceder a mercados globales. 7. Se subraya la necesidad de evaluar cuidadosamente las tendencias y ser estratégico al aprovecharlas. 8. Se concluye que el éxito en un entorno empresarial en constante cambio	empresas exitosas son aquellas que pueden adaptarse a nuevas circunstancias y aprovechar las oportunidades emergentes. 5. La planificación estratégica y la flexibilidad se mencionan como elementos esenciales para el éxito empresarial en el futuro. 6. Se subraya la importancia de explorar nuevos mercados y realizar estudios de mercado en otros países para lograr visibilidad internacional y considerar la expansión internacional de servicios o productos.	creación de más startups y pequeñas empresas. 4. Se señalan los desafíos en el panorama empresarial, como la competencia intensa y la globalización, lo que requerirá una gestión eficiente de los recursos financieros y la inversión en la formación y capacitación de los trabajadores. 5. Se destaca la importancia de la formalización y el cumplimiento de regulaciones como desafíos que, aunque pueden ser difíciles, ofrecen la oportunidad de mejorar la credibilidad y la estabilidad de las empresas.	aprovechar oportunidades en un entorno empresarial en constante cambio.
--	--	--	--	--

	depende de la adaptación y la capacidad de aprovechar estas oportunidades de manera efectiva			
--	--	--	--	--

5.5. Análisis de resultados

En relación con la interrogante principal, que indaga sobre la experiencia de los entrevistados en el ámbito empresarial y las empresas emergentes, se observa que las respuestas proporcionadas por Melquicedec, Fernando, Jean Carlo y Camila revelan desafíos comunes que enfrentan las empresas emergentes en el mundo empresarial. Estos desafíos abarcan la carencia inicial de recursos financieros, lo que restringe su capacidad para expandirse y contratar personal competente. Además, se subraya la importancia crítica de una gestión eficaz del crecimiento y de las finanzas para evitar la sobrecarga laboral y tomar decisiones acertadas en inversiones y gastos. Dada la intensa competencia en el mercado, se hace necesario que las empresas emergentes se diferencien y ofrezcan un valor único a los clientes, lo que conlleva a una adaptación constante a un entorno empresarial en evolución. Asimismo, se destaca la relevancia de la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental en el actual contexto empresarial.

En conclusión, para las empresas emergentes, superar estos desafíos implica no solo asegurar recursos financieros adecuados, sino también adoptar una gestión eficaz, diferenciarse en el mercado y ser flexibles ante el cambio. Además, la concienciación sobre la sostenibilidad y el medio ambiente se vuelve cada vez más importante en la toma de decisiones empresariales.

Las respuestas de Melquicedec, Fernando, Jean Carlo y Camila en relación al tema de la pregunta N°2 sobre innovación, proporcionan una visión completa sobre la importancia de la innovación y la adaptación tanto en el ámbito de la tecnología como en el empresarial. Melquicedec destaca el avance significativo de la inteligencia artificial (IA) en diversas industrias y su capacidad para procesar datos, pero también resalta la necesidad de abordar desafíos éticos y de privacidad en su implementación. Por otro lado, Fernando, Jean Carlo y Camila se centran en estrategias empresariales para fomentar la innovación y la adaptación.

Destacan la cultura de innovación, la colaboración, la inversión en tecnología y la atención a las tendencias del mercado como elementos clave. Jean Carlo hace hincapié en la importancia de escuchar activamente a los clientes y utilizar datos para medir el éxito de las iniciativas de innovación, mientras que Camila resalta la necesidad de mantenerse constantemente atentos a las tendencias y responder ágilmente a las demandas del mercado.

Globalmente, estas respuestas subrayan la importancia crítica de la innovación y la adaptación, tanto en el ámbito tecnológico como en el empresarial. Indican claramente que las organizaciones deben adoptar una cultura de cambio constante para preservar su competitividad y estar preparadas para responder ágilmente a las cambiantes necesidades de sus clientes y del entorno empresarial. Asimismo, se destaca la relevancia de la inversión en tecnología y la colaboración como motores fundamentales para impulsar la innovación sostenible y alcanzar el éxito a largo plazo.

Respecto al uso de servicios de la Cámara de comercio de Cali en la pregunta N°3, los entrevistados reflejan diferentes experiencias y perspectivas en relación con las Cámaras de Comercio en Colombia y su apoyo a las empresas y emprendedores.

Melquicedec se centra en la ubicación y el registro de la empresa en la Cámara de Comercio de Buga, destacando la importancia de la ubicación en las interacciones con las Cámaras de Comercio. También señala que su hijo al igual que él han participado activamente en capacitaciones y conferencias internacionales, lo que muestra un compromiso con el aprendizaje y la formación continua.

Fernando, por otro lado, critica la falta de apoyo en el proceso de ideación empresarial por parte de las cámaras de comercio en Colombia y la ausencia de planes claros para la internacionalización. Destaca la necesidad de una ruta definida para la expansión internacional de las empresas y hace un llamado a que las cámaras de comercio promuevan activamente la internacionalización.

Jean Carlo y Camila, por su parte, tienen experiencias más positivas con la Cámara de Comercio de Cali. Ambos mencionan el uso extensivo de los servicios de asesoría y capacitación ofrecidos por la Cámara, así como los beneficios que han obtenido para el desarrollo de sus empresas. Además, expresan su compromiso en aprovechar al máximo los servicios y programas ofrecidos por la Cámara de Comercio de Cali, lo que sugiere una colaboración continua y beneficiosa.

En síntesis, estas respuestas resaltan la importancia de las Cámaras de Comercio en el apoyo al desarrollo empresarial en Colombia, aunque también señalan áreas donde se pueden realizar mejoras, como el respaldo en la internacionalización y el fomento de la innovación en el proceso de ideación empresarial.

En relación con la pregunta N°4, las respuestas proporcionan una visión completa sobre la formalización de negocios y el papel crucial que desempeñan las Cámaras de Comercio en Colombia.

Melquicedec destaca la trascendencia de la formalización empresarial como un componente fundamental para la estabilidad y continuidad de los negocios, así como para facilitar el acceso a recursos financieros y técnicos. Asimismo, resalta que este proceso conlleva responsabilidades y desafíos que requieren asesoramiento profesional para una gestión efectiva. Este enfoque pragmático hacia la formalización subraya la importancia de contar con el respaldo adecuado.

Fernando aborda la percepción de la formalización como un gasto adicional y destaca los beneficios significativos de la formalización, como el acceso a servicios financieros, la generación de confianza y la limitación de la responsabilidad personal. También enfatiza la necesidad de que los emprendedores consideren la formalización como una inversión a largo plazo en lugar de un simple gasto, lo que sugiere una visión estratégica y de crecimiento a través de la formalización.

Jean Carlo enfatiza la importancia de la formalización para otorgar legitimidad y credibilidad a un negocio, lo que es crucial para ganar la confianza de diversas partes interesadas. También destaca los beneficios financieros y de protección de activos personales que conlleva la formalización. Su enfoque se centra en los beneficios tangibles y la construcción de una base sólida para el crecimiento empresarial.

Camila se enfoca en la falta de conocimiento sobre los servicios ofrecidos por la Cámara de Comercio de Cali y resalta el papel esencial que desempeña la Cámara en el crecimiento de las empresas. Además, señala la importancia de las oportunidades de formación y capacitación que ofrece la Cámara para el desarrollo de habilidades y conocimientos empresariales clave. Su respuesta refleja la importancia de la educación y el desarrollo continuo en el contexto de la formalización.

En conjunto, estas respuestas subrayan la relevancia de la formalización empresarial como un paso fundamental en el camino del emprendimiento y el crecimiento empresarial en Colombia. Además, resaltan la necesidad de un enfoque estratégico y la importancia de los servicios proporcionados por las Cámaras de Comercio en este proceso.

Las respuestas de Melquicedec, Fernando, Jean Carlo y Camila respecto a la pregunta N°5 ofrecen sugerencias valiosas para mejorar la forma en que la Cámara de Comercio de Cali y otras organizaciones empresariales abordan los desafíos y las necesidades de los empresarios en el Valle del Cauca.

Melquicedec resalta la urgente necesidad de adoptar un enfoque más integral y holístico en la asesoría y respaldo brindados a las empresas. Su enfoque, centrado en la integración de conceptos y servicios, refleja una comprensión profunda de la interconexión entre aspectos clave, desde el gobierno corporativo hasta las competencias y la estrategia, resaltando la importancia de abordarlos de manera coherente. Este planteamiento no solo

facilita a los empresarios una comprensión más profunda de cómo estos elementos se relacionan, sino que también contribuye significativamente al éxito general de sus negocios.

Fernando resalta la importancia de la innovación y la creatividad en el apoyo a las empresas. Su sugerencia de que las cámaras de comercio podrían beneficiarse de una investigación más profunda y colaboración con universidades, muestra una perspectiva de mejora continua. Además, su referencia al "Pacto de Sistemas Estratégicos" ilustra un ejemplo de colaboración efectiva entre instituciones y su impacto positivo en la región.

Jean Carlo propone una serie de estrategias prácticas y específicas para mejorar la relación entre las organizaciones empresariales y los empresarios en la región. Su enfoque en programas de capacitación adaptados a diferentes etapas del ciclo empresarial, eventos de networking y mentoría empresarial demuestra una comprensión sólida de las necesidades cambiantes de las empresas en diferentes etapas de desarrollo.

Camila por su parte, sugiere aprovechar historias de éxito y colaboración con embajadores empresariales para inspirar y atraer a un público más amplio de empresarios potenciales. Su enfoque en superar la dependencia de canales tradicionales y llegar a nuevos emprendedores refleja una mentalidad de adaptación y expansión.

Estas respuestas subrayan la importancia de la adaptación, la innovación y la colaboración en el apoyo a los empresarios en una región en crecimiento como el Valle del Cauca, y ofrecen sugerencias prácticas para lograrlo.

Finalmente, respecto al tema abordado en la pregunta N°6 sobre el futuro panorama Melquicedec, Fernando, Jean Carlo y Camila tienen una visión amplia y reflexiva sobre las oportunidades y desafíos que enfrentan las empresas en un entorno empresarial en constante evolución.

Melquicedec destaca la importancia de la adaptación y la capacidad de aprovechar las oportunidades emergentes. Señala acertadamente que el éxito empresarial dependerá de la

capacidad de las empresas para comprender y utilizar las tendencias y cambios en su beneficio. Además, enfatiza la necesidad de un enfoque estratégico al aprovechar estas oportunidades y advierte sobre el riesgo de que las mismas se conviertan en obstáculos si no se gestionan adecuadamente.

Fernando, al destacar la necesidad de innovación y adaptación, se alinea con las enseñanzas de Clayton Christensen, conocido por su teoría de la innovación disruptiva. Christensen sostenía que “las empresas deben ser ágiles y centrarse en la innovación para aprovechar nuevas oportunidades y abordar desafíos imprevistos”.

Jean Carlo aborda tanto las oportunidades como los desafíos dentro del panorama empresarial. Si bien destaca la innovación tecnológica y la digitalización como oportunidades clave, no pasa por alto la intensa competencia y la globalización como desafíos fundamentales. Su énfasis en la formación y capacitación de los trabajadores subraya la crítica importancia de invertir en recursos humanos para mantenerse competitivo y adaptarse a un entorno dinámico.

Por otro lado, Camila resalta la importancia de estar al tanto de las tendencias y adoptar un enfoque proactivo hacia la innovación. Su énfasis en la dedicación y en concentrarse en el propio negocio refleja una mentalidad empresarial arraigada en el trabajo constante y la mejora continua. Su perspectiva pone de manifiesto la necesidad de una mentalidad ágil y adaptable para prosperar en un entorno empresarial cambiante.

Ambas respuestas destacan la esencial necesidad de adaptarse y evolucionar en un entorno empresarial en constante transformación. Además, resaltan la importancia estratégica de la innovación y la inversión en recursos humanos, subrayando que estas acciones son fundamentales para capitalizar las oportunidades y superar los desafíos inherentes al mundo empresarial.

6. PLAN DE ACCIÓN

La Cámara de Comercio de Cali desempeña un papel fundamental en el fortalecimiento del tejido empresarial de la región, apoyando a empresas de diversos tamaños y sectores en su búsqueda de crecimiento y competitividad. En este contexto, la implementación de un Plan de Acción para la mejora de los servicios ofrecidos por la Cámara y su Centro de Crecimiento Empresarial se presenta como una iniciativa estratégica de gran relevancia.

La presente propuesta de Plan de Acción se concibe como una hoja de ruta estratégica que guiará los esfuerzos de la Cámara de Comercio de Cali a lo largo del año 2024. Su objetivo principal es mejorar la calidad de los servicios brindados y fortalecer el acompañamiento a las empresas, con un enfoque especial en aquellas de menor tamaño que conforman el tejido empresarial local.

Este plan se estructura en base a tres objetivos clave:

1. Fortalecimiento del Programa de Asesorías y Consultoría con Empresarios, Especialmente Pequeños y Microempresarios. Se busca proporcionar a estas empresas el apoyo y la orientación necesaria para su crecimiento y desarrollo sostenible.

2. Fomento de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). La promoción de prácticas de RSE no solo beneficia a las empresas, sino que también contribuye al bienestar de la comunidad y fortalece la imagen de la Cámara de Comercio como agente de cambio positivo.

3. Mejora de la Calidad y Productividad de los Servicios Ofrecidos por la Cámara de Comercio. La eficiencia en la prestación de servicios y la implementación de sistemas de gestión de calidad son esenciales para mantener la excelencia en el servicio.

A lo largo de este plan, se establecen estrategias y acciones específicas para alcanzar cada uno de estos objetivos, junto con un detallado cronograma y presupuesto que garantice su implementación efectiva.

6.1. Objetivo 1

Fortalecer el Programa de Asesorías y Consultoría con Empresarios, Especialmente Pequeños y Microempresarios.

6.1.1. Estrategia 1

Ampliación de la Oferta de Asesorías y Consultoría

6.1.1.1 Acciones

- A. Realizar un diagnóstico de necesidades empresariales específicas para pequeñas y microempresas en Cali y la región.
- B. Contratar expertos y consultores especializados en áreas de interés identificadas en el diagnóstico.
- C. Desarrollar módulos de asesoría y consultoría personalizados para diferentes etapas de desarrollo empresarial.
- D. Promocionar la disponibilidad de servicios de asesoría y consultoría a través de campañas de marketing dirigidas a pequeñas y microempresas.

6.1.2. Estrategia 2

Accesibilidad y Facilidad de Uso

6.1.2.1 Acciones

- A. Crear una plataforma en línea para solicitar asesoría y consultoría, permitiendo un proceso ágil y eficiente.
- B. Establecer un sistema de citas y seguimiento para garantizar que las sesiones de asesoría se ajusten a la disponibilidad de los empresarios.

- C. Ofrecer opciones de asesoría presencial y virtual para adaptarse a las preferencias de los empresarios.

6.1.3. Estrategia 3

Evaluación Continua y Retroalimentación

6.1.3.1 Acciones

- A. Implementar un sistema de retroalimentación de los empresarios que hayan utilizado los servicios de asesoría y consultoría para evaluar la calidad y relevancia de las sesiones.
- B. Realizar reuniones periódicas con consultores y empresarios para revisar los resultados y realizar ajustes en el programa de asesoría según sea necesario.

6.2. Objetivo 2

Fomentar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

6.2.1. Estrategia 1

Concientización y Capacitación

6.2.1.1 Acciones

- A. Organizar seminarios y talleres de sensibilización sobre la RSE y sus beneficios para las empresas.
- B. Desarrollar programas de capacitación para empresarios sobre la implementación efectiva de prácticas de RSE en sus negocios.

6.2.2. Estrategia 2

Reconocimiento e Incentivos

6.2.2.1 Acciones

- A. Establecer un programa de reconocimiento anual para empresas locales que destaquen en la implementación de prácticas de RSE.
- B. Ofrecer incentivos fiscales o ventajas competitivas para empresas que demuestren un compromiso sólido con la RSE.

6.2.3. Estrategia 3

Alianzas Estratégicas

6.2.3.1 Acciones

- A. Colaborar con organizaciones y ONG locales que se dediquen a proyectos de responsabilidad social para aprovechar sinergias y recursos compartidos.

6.3. Objetivo 3

Mejorar la Calidad y Productividad de los Servicios Ofrecidos por la Cámara de Comercio.

6.3.1. Estrategia 1

Implementación de Sistemas de Gestión de Calidad

6.3.1.1. Acciones

- A. Evaluar la posibilidad de obtener la certificación ISO 9001 para los servicios ofrecidos por la Cámara de Comercio.
- B. Desarrollar un manual de calidad que estandarice los procesos y procedimientos de atención a empresas.
- C. Realizar auditorías internas periódicas para garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad.

6.3.2. Estrategia 2

Capacitación y Desarrollo del Personal

6.3.2.1. Acciones

- A. Implementar un programa de capacitación continua para el personal de la Cámara de Comercio para mejorar sus habilidades de atención al cliente y conocimiento en áreas clave.
- B. Fomentar un ambiente de aprendizaje y mejora continua entre los empleados

6.3.3. Estrategia 3**Innovación y Tecnología****6.3.3.1. Acciones**

- A. Evaluar y adoptar tecnologías que agilicen los procesos internos y mejoren la eficiencia en la prestación de servicios.
- B. Establecer un sistema de gestión de la información eficiente para un seguimiento y análisis efectivo de las necesidades de las empresas.

Este plan de acción se enfoca en abordar los tres objetivos estratégicos identificados, asegurando una mejora sostenible en la calidad de los servicios y el acompañamiento ofrecido por la Cámara de Comercio de Cali y su Centro de Crecimiento Empresarial. Cada acción propuesta se llevará a cabo de manera coordinada, con un enfoque en la medición continua de resultados y la adaptación a las necesidades cambiantes del entorno empresarial.

6.4 Cronograma

A continuación, se presenta un cronograma tentativo para la ejecución de las acciones propuestas en el Plan de Mejora para los Servicios de la Cámara de Comercio de Cali y su Centro de Crecimiento Empresarial durante el año 2024:

6.4.1. Enero - Marzo 2024: Preparación y Diagnóstico

6.4.1.1 Enero

- Realizar el diagnóstico de necesidades empresariales.
- Iniciar el diseño de la plataforma en línea para asesoría y consultoría.

6.4.1.2 Febrero

- Contratar expertos y consultores especializados.
- Evaluar la posibilidad de obtener la certificación ISO 9001.

6.4.1.3 Marzo

- Desarrollar módulos de asesoría y consultoría personalizados.
- Establecer un sistema de citas y seguimiento.

6.4.2. Abril - Junio 2024: Implementación de Programas y Capacitación

6.4.2.1 Abril

- Iniciar campañas de marketing para promover los servicios.
- Realizar auditorías internas para garantizar calidad.

6.4.2.2 Mayo

- Realizar el diagnóstico de necesidades empresariales (continuación): Recopilar datos del diagnóstico.
- Diseño de la plataforma en línea para asesoría y consultoría (continuación): Organizar el primer seminario de sensibilización sobre RSE.

6.4.2.3 Junio

- Iniciar programa de capacitación en RSE para empresarios.
- Implementar tecnologías para mejorar procesos internos.

6.4.3 Julio - Septiembre 2024: Evaluación y Retroalimentación

6.4.3.1 Julio

- Contratar expertos y consultores especializados (continuación): Seguir contratando expertos y consultores.
- Realizar auditorías internas para garantizar calidad (continuación): Realizar reuniones periódicas de seguimiento.

6.4.3.2 Agosto

- Desarrollar módulos de asesoría y consultoría personalizados (continuación): Finalizar desarrollo de módulos de asesoría.
- Iniciar el diseño de la plataforma en línea para asesoría y consultoría (continuación): Realizar el segundo seminario de sensibilización sobre RSE.

6.4.3.3 Septiembre

- Establecer un sistema de citas y seguimiento (continuación): Continuar programa de capacitación en RSE.
- Evaluar la posibilidad de obtener la certificación ISO 9001 (continuación): Evaluar sistemas de gestión de información.

6.4.4 Octubre - Diciembre 2024: Consolidación y Cierre del Año

6.4.4.1 Octubre

- Establecer un sistema de citas y seguimiento (continuación): Finalizar programa de capacitación en RSE.

- Realizar auditorías internas para garantizar calidad (continuación): Realizar auditorías internas de cierre del año.

6.4.4.2 Noviembre

- Campañas de marketing para promover los servicios (continuación): Continuar campañas de marketing.

- Establecer un sistema de citas y seguimiento (continuación): Evaluar resultados del programa de reconocimiento RSE.

6.4.4.3 Diciembre

- Campañas de marketing para promover los servicios (continuación): Evaluar efectividad de las campañas de marketing.

- Evaluar la posibilidad de obtener la certificación ISO 9001 (continuación): Implementar tecnologías seleccionadas.

Este cronograma establece el marco temporal para llevar a cabo las acciones fundamentales del Plan de Mejora a lo largo del año 2024. Es esencial reconocer que la implementación efectiva puede experimentar variaciones debido a circunstancias imprevistas y a la disponibilidad de recursos. Por ello, se sugiere una supervisión constante y la flexibilidad necesaria para adaptarse a las cambiantes necesidades de las empresas y de la Cámara de Comercio de Cali.

6.5 Plan financiero y presupuestal

A continuación, se presenta un plan financiero y presupuestal anual dividido por meses para la implementación del Plan de Mejora para los Servicios de la Cámara de Comercio de Cali y su Centro de Crecimiento Empresarial en el año 2024:

6.5.1 Enero - Marzo 2024: Preparación y Diagnóstico

6.5.1.1 Enero

- Diagnóstico de necesidades empresariales.
- Diseño de la plataforma en línea.
- Costos estimados: \$5.000.000

6.5.1.2 Febrero

- Contratación de expertos y consultores.
- Evaluación para certificación ISO 9001.
- Costos estimados: \$15.000.000

6.5.1.3 Marzo

- Desarrollo de módulos de asesoría y consultoría.
- Establecimiento de sistema de citas.
- Costos estimados: \$1.500.000

6.5.2. Abril - Junio 2024: Implementación de Programas y Capacitación

6.5.2.1 Abril

- Campañas de marketing.
- Auditorías internas para calidad.
- Costos estimados: \$5.000.000

6.5.2.2 Mayo

- Diagnóstico de necesidades empresariales (continuación): Recopilación de datos del diagnóstico.
- Diseño de la plataforma en línea (continuación): Seminario de sensibilización RSE.
- Costos estimados: \$2.500.000

6.5.2.3 Junio

- Programa de capacitación en RSE para empresarios.
- Implementación de tecnologías.
- Costos estimados: \$4.000.000

6.5.3 Julio - Septiembre 2024: Evaluación y Retroalimentación**6.5.3.1 Julio**

- Contratación de expertos y consultores (continuación): Contratación de expertos.
- Auditorías internas para calidad (continuación): Reuniones periódicas de seguimiento.
- Costos estimados: \$8.000.000

6.5.3.2 Agosto

- Desarrollo de módulos de asesoría y consultoría (continuación): Finalización de módulos de asesoría.
- Diseño de la plataforma en línea (continuación): Seminario de sensibilización RSE.
- Costos estimados: \$4.500.000

6.5.3.3 Septiembre

- Establecimiento de sistema de citas (continuación): Programa de capacitación en RSE.
- Evaluación para certificación ISO 9001 (continuación): Evaluación de sistemas de gestión.
- Costos estimados: \$10.000.000

6.5.4 Octubre - Diciembre 2024: Consolidación y Cierre del Año

6.5.4.1 Octubre

- Establecimiento de sistema de citas (continuación): Finalización del programa de capacitación en RSE.
- Auditorías internas para calidad (continuación): Auditorías internas de cierre del año.
- Costos estimados: \$2.000.000

6.5.4.2 Noviembre

- Campañas de marketing (continuación): Continuación de campañas de marketing.
- Establecimiento de sistema de citas (continuación): Evaluación de resultados RSE.
- Costos estimados: \$5.500.000

6.5.4.3 Diciembre

- Campañas de marketing (continuación): Evaluación de efectividad de campañas.
- Evaluación para certificación ISO 9001 (continuación): Implementación de tecnologías seleccionadas.
- Costos estimados: \$8.000.000

Total Anual Estimado: \$71.000.000

Este plan financiero y presupuestal proporciona una estimación de los costos mensuales asociados con la implementación del Plan de Acción para el año 2024. Es importante tener en cuenta que los costos pueden variar según factores específicos, como las tarifas de consultores y proveedores de tecnología. Por lo tanto, se recomienda un seguimiento constante de los gastos y ajustes según sea necesario para garantizar el uso eficiente de los recursos financieros.

6.6 Seguimiento y control

6.6.1 Indicadores de Progreso

a. Porcentaje de avance en la implementación del plan: Este indicador mide el progreso general del plan de acción. Se calcula dividiendo el número de acciones completadas por el número total de acciones planificadas y multiplicando por 100. El objetivo es mantener un progreso constante a lo largo del año, con un mínimo del 80% de avance al final del año.

b. Cumplimiento del cronograma: Mide si las acciones se están llevando a cabo según lo planificado en el cronograma. Se calcula dividiendo el número de acciones realizadas puntualmente por el número total de acciones programadas en el mes correspondiente y multiplicando por 100. El objetivo es mantener un cumplimiento del 90% o superior.

6.6.2 Indicadores de Calidad de Servicio

a. Índice de Satisfacción del Cliente: Se basa en encuestas periódicas a empresarios que han utilizado los servicios de asesoría y consultoría. Mide el nivel de satisfacción del cliente con respecto a la calidad de los servicios. El objetivo es mantener este índice por encima del 90%.

b. Número de quejas o reclamaciones: Este indicador rastrea la cantidad de quejas o reclamaciones recibidas por parte de los empresarios. El objetivo es reducir este número en un 20% en comparación con el año anterior.

6.6.3 Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial (RSE):

a. Número de empresas participantes en programas de RSE: Este indicador mide la cantidad de empresas locales que se involucran en programas de responsabilidad social empresarial ofrecidos por la Cámara de Comercio. El objetivo es aumentar este número en un 15% respecto al año anterior.

b. Nivel de compromiso de las empresas con RSE: Se basa en una evaluación de las actividades de RSE realizadas por las empresas. El objetivo es que al menos el 70% de las empresas participantes demuestren un alto nivel de compromiso con prácticas de RSE.

6.6.4 Indicadores de Eficiencia y Productividad

a. Porcentaje de mejora en la eficiencia de procesos internos: Se basa en la medición de la eficiencia de los procesos internos de la Cámara de Comercio, con énfasis en la gestión de consultorías y asesorías. El objetivo es lograr una mejora del 15% en la eficiencia de los procesos.

b. Cumplimiento del presupuesto: Este indicador evalúa si los gastos reales se ajustan al presupuesto planificado. Se calcula dividiendo los gastos reales por el presupuesto planificado y multiplicando por 100. El objetivo es mantener el cumplimiento del presupuesto por encima del 90%.

6.6.5 Indicadores de Impacto

a. Número de empresas que reportan un crecimiento sostenible después de recibir asesoría y consultoría: Este indicador mide el impacto real de los servicios de la Cámara de Comercio en el crecimiento de las empresas. El objetivo es que al menos el 80% de las empresas informen un crecimiento sostenible después de recibir servicios de asesoría y consultoría.

b. Índice de percepción de la Cámara de Comercio en la comunidad empresarial: Se basa en encuestas de percepción entre empresarios locales. El objetivo es alcanzar un índice de percepción positiva del 85% o superior.

Estos indicadores proporcionarán una visión clara del progreso, la calidad de servicio, la eficiencia y el impacto de las mejoras implementadas en la Cámara de Comercio de Cali y su Centro de Crecimiento Empresarial durante el año 2024. Facilitarán la toma de decisiones informadas y permitirán realizar ajustes y correcciones en tiempo real para alcanzar los objetivos planteados.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente trabajo de grado ha representado un esfuerzo significativo para analizar, evaluar y proponer un plan de mejora integral destinado a fortalecer los servicios brindados por la Cámara de Comercio de Cali, con un enfoque particular en su Centro de Crecimiento Empresarial. A través de la realización de estudios, entrevistas y encuestas tanto a empresarios como a expertos en diversas áreas, se ha logrado obtener una visión clara de las necesidades y desafíos que enfrentan las empresas locales y cómo la Cámara de Comercio puede desempeñar un papel fundamental en su desarrollo.

La investigación realizada permitió una comprensión profunda de las necesidades específicas de las empresas locales, especialmente las pequeñas y microempresas. Estas necesidades van desde la asesoría y consultoría personalizada hasta el fomento de la responsabilidad social empresarial y la mejora de la calidad y productividad.

Se ha identificado que el acompañamiento empresarial es esencial para el crecimiento y la competitividad de las empresas en Cali. La Cámara de Comercio tiene un papel clave en este sentido, y su rol como proveedor de servicios de calidad es fundamental.

Por otra parte, el plan de mejora propuesto se basa en un enfoque integral que aborda las necesidades identificadas de manera estratégica. Cada objetivo y estrategia ha sido cuidadosamente diseñado para maximizar el impacto y garantizar la alineación con las metas a largo plazo de la Cámara de Comercio.

La promoción de la responsabilidad social empresarial se ha destacado como un objetivo clave. Esto no solo beneficia a las empresas y la comunidad, sino que también refuerza la imagen y el papel de la Cámara de Comercio como agente de cambio positivo en la región.

La implementación de sistemas de gestión de calidad, la capacitación del personal y la adopción de tecnologías se presentan como elementos esenciales para mejorar la calidad y la eficiencia de los servicios.

Se ha elaborado un cronograma detallado que define claramente las etapas y los tiempos de implementación de las acciones propuestas. Además, se ha estimado un presupuesto que permitirá respaldar adecuadamente la ejecución de las acciones a lo largo del año 2024.

El esfuerzo dedicado a mejorar los servicios de la Cámara de Comercio de Cali ha resultado en un plan integral sustancial. Se sugiere una mayor personalización y flexibilidad en el acompañamiento empresarial, adaptándose a las necesidades específicas de cada empresa y manteniendo la capacidad de ajuste frente a los cambios en el entorno empresarial. Además, se propone una innovación en los programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), buscando nuevas formas de involucrar a las empresas y comunicar de manera efectiva los resultados para fortalecer la conexión con la comunidad.

La implementación progresiva de tecnologías y la capacitación continua del personal son aspectos esenciales para maximizar la eficiencia en áreas críticas. Se destaca la importancia de una evaluación continua de la calidad de los servicios, incorporando la retroalimentación de los usuarios y asegurando que los estándares de calidad evolucionen en concordancia con las expectativas del sector empresarial local. Además, se resalta la necesidad de fortalecer alianzas estratégicas con instituciones educativas y gubernamentales, ampliando así el impacto de los programas de la Cámara y asegurando una colaboración continua.

La medición del impacto del plan en el desarrollo empresarial, a través de indicadores específicos y comunicación transparente, será clave para demostrar el compromiso de la Cámara de Comercio con el progreso económico y el bienestar de la comunidad empresarial local.

8. ANEXOS

ENTREVISTA A EXPERTOS



Objetivo:

Analizar desde la experiencia empresarial que cada uno de los expertos ha tenido desde su labor, que recomendaciones pueden brindar a un centro de crecimiento empresarial de la CCC para mejorar la atención y experiencia de los empresarios, además de generar un fortalecimiento desde ideas de negocio hasta empresas ya constituidas.

Presentación:

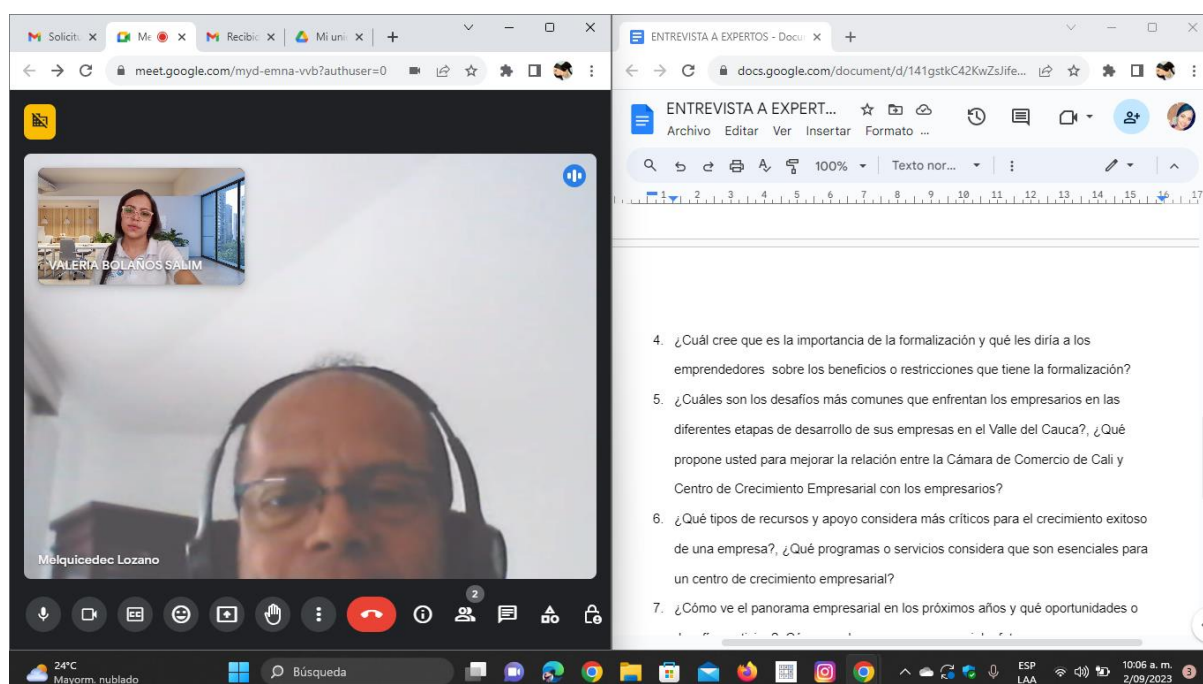
El Centro de Crecimiento Empresarial es un espacio diseñado para brindar apoyo y recursos a las empresas y emprendedores en diferentes etapas de su desarrollo, además ofrecen orientación para conocer y vincularse con la oferta de programas y con el ecosistema de la Cámara de Comercio de Cali.

Este centro puede ofrecer servicios como asesoría empresarial, capacitación, acceso a financiamiento, talleres, networking y más, con el objetivo de fomentar el crecimiento sostenible y exitoso de las empresas locales.

Preguntas:

1. Cuéntenos desde su experiencia en el mundo empresarial, ¿cuáles son los obstáculos más difíciles de superar para las empresas emergentes?
2. ¿Cómo pueden las empresas mantenerse innovadoras y adaptarse a los cambios constantes en el mercado?
3. ¿Ha hecho uso de los servicios prestados por la CCC, ¿Cuáles y cómo le han parecido?
4. ¿Cuál cree que es la importancia de la formalización y qué les diría a los emprendedores sobre los beneficios o restricciones que tiene la formalización?
5. De acuerdo a los desafíos más comunes que enfrentan los empresarios en las diferentes etapas de desarrollo de sus empresas en el Valle del Cauca, ¿Qué propone usted para mejorar la relación entre la Cámara de Comercio de Cali y Centro de Crecimiento Empresarial con los empresarios?
6. ¿Cómo ve el panorama empresarial en los próximos años y qué oportunidades o desafíos anticipa?

Entrevista N°1



Fuente: Entrevista a expertos. 2 de septiembre de 2023

Profesor Investigador del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) de la Universidad Icesi, Cali, Colombia, trabaja en el área de emprendimiento con creatividad empresarial, espíritu empresarial y creatividad empresarial. Su eje está relacionado a los temas de empresa familiar, actualmente dicta el curso de pregrado de administración de empresas familiares.

Pionero en el tema de empresas familiares, iniciando su trayectoria como profesor en el año 88. Sin embargo, hace algunos años tiene con su hijo una empresa consultora y él desempeña el papel de asesor especializado en negocios familiares.

Ha sido profesor visitante en las Universidades de Castilla la Mancha y de Córdoba, España; en la Universidad de Concepción, Chile; y en la Universidad UEES, de Ecuador. Coautor de los libros “Crear empresas: misión de todos”, editado por la Universidad Icesi, y “El nuevo rostro empresarial”, editado por el BID.

Preguntas:**1. Cuéntenos desde su experiencia en el mundo empresarial, ¿cuáles son los obstáculos más difíciles de superar para las empresas emergentes?**

A la hora de abordar la consultoría empresarial, es esencial considerar varios factores clave. En primer lugar, es importante reconocer que las empresas atraviesan diferentes etapas de crecimiento y se clasifican en categorías como micro, pequeñas, medianas, grandes y multinacionales. La etapa en la que se encuentra una empresa influye en la forma en que se abordan los temas, el contenido y las metodologías para ayudarla.

Cada empresa es única y presenta diferencias en términos de recursos, objetivos y desafíos. Por lo tanto, es fundamental tener en cuenta el tipo de empresa con la que se está trabajando.

Dentro de cada clasificación de empresa, como las pequeñas empresas, existen diferencias significativas en términos de organización y rendimiento. Estas diferencias se deben a factores como la inversión en capacitación, los objetivos del empresario, el conocimiento del sector y del mercado, la gestión interna y la inversión en recursos.

Los cinco obstáculos clave a considerar en la consultoría empresarial son:

- A. Capacitación: Evaluar la capacitación y la inversión en formación del personal para optimizar su desempeño.
- B. Objetivos empresariales: Comprender los objetivos a largo plazo del empresario y su visión para el negocio.
- C. Conocimiento del sector y el mercado: Analizar el nivel de conocimiento del empresario sobre el sector y el mercado en el que opera la empresa.

- D. Gestión interna: Evaluar la capacidad del empresario para tomar decisiones estratégicas y gestionar eficazmente al personal.
- E. Inversión en recursos: Determinar la inversión en recursos como maquinaria, equipos y tecnología, y cómo esto afecta la capacidad de la empresa.

En las empresas familiares, se presentan desafíos adicionales relacionados con la dinámica entre la familia y el negocio. La integración entre la familia y la empresa puede ser un factor que determine el éxito o el estancamiento de la empresa.

Uno de los obstáculos más comunes en la consultoría empresarial es la falta de enfoque en la parte estratégica del negocio. A menudo, las empresas se centran demasiado en las tareas rutinarias y descuidan la planificación estratégica, lo que puede llevar a dificultades financieras y operativas.

Otros obstáculos incluyen la concentración excesiva de información en una sola persona o un pequeño grupo, la falla en los sistemas de comunicación interna, la obsolescencia tecnológica y la falta de formación en la gestión de recursos. También se destaca la importancia de establecer juntas o comités de discusión para tomar decisiones más informadas.

La consultoría empresarial implica evaluar y abordar una serie de factores clave en función de las necesidades y la etapa de crecimiento de cada empresa, y superar obstáculos como la falta de enfoque estratégico y la concentración excesiva de información.

2. ¿Cómo pueden las empresas mantenerse innovadoras y adaptarse a los cambios constantes en el mercado?

En primer lugar, se destaca la importancia del gobierno corporativo en las empresas. Esto implica la existencia de órganos de gobierno, como la asamblea de socios y la junta directiva, que guían la dirección de la empresa. El gerente, por su parte, actúa como un enlace

entre el gobierno corporativo y la gestión operativa del negocio. Los órganos de gobierno se basan en instrumentos como estatutos, reglamentos y códigos de ética para tomar decisiones.

La falta de formalización de estos órganos de gobierno y la ausencia de instrumentos sólidos pueden llevar a la toma de decisiones ambiguas o poco respaldadas. Por lo tanto, una parte esencial del trabajo es ayudar a las empresas a establecer órganos de gobierno adecuados y a fortalecer los instrumentos que guían su funcionamiento. Esto proporciona una base sólida para la toma de decisiones efectivas.

Además del enfoque en el gobierno corporativo, también se trabaja en otros aspectos vitales de las empresas, como el proceso de sucesión y la formación de las próximas generaciones de líderes, tanto dentro como fuera de las empresas familiares. Se menciona la necesidad de trabajar en perfiles de cargos, la articulación entre áreas y el desarrollo de competencias tanto técnicas como personales, incluyendo habilidades blandas. El objetivo es preparar a las personas para asumir roles clave en la empresa y promover la eficiencia en la gestión y operación de la misma.

3. ¿Ha hecho uso de los servicios prestados por la CCC, ¿Cuáles y cómo le han parecido?

La empresa que tiene junto al hijo está registrada en Buga, en la Cámara de Comercio de esa ciudad. Decidieron llevar a cabo todo el proceso de registro y marca en Buga debido a que el hijo vivía allí en ese momento.

Con respecto a la Cámara de Comercio de Palmira, ha participado en diversas actividades, incluyendo conferencias, charlas y capacitaciones. Actualmente, está planeando aumentar esfuerzos en Palmira, centrándose en capacitaciones relacionadas con empresas familiares y sensibilización, además de ofrecer apoyo en este ámbito.

En cuanto a la Cámara de Comercio de Cali, ha realizado charlas y conferencias en el pasado, aunque no ha mantenido una colaboración más reciente. En lo que respecta a la

utilización de servicios de las Cámaras de Comercio, principalmente ha utilizado los servicios de la Cámara de Comercio de Buga para la consultoría de la empresa.

En términos de capacitación, el hijo ha participado activamente en diversas sesiones de capacitación. Melquicedec, tiende a buscar capacitaciones en el extranjero, ya que las capacitaciones brindadas por las Cámaras de Comercio son sobre temas de su conocimiento y de temas que él brinda asesoría. Melquicedec asiste a conferencias internacionales como el Family Enterprise Research Conference y el International Family Enterprise Research Conference, alternándose cada año. También asiste a otras conferencias tanto a nivel nacional como internacional y participa en congresos y exposiciones donde puede realizar networking y aprender de expertos en el campo.

4. ¿Cuál cree que es la importancia de la formalización y qué les diría a los emprendedores sobre los beneficios o restricciones que tiene la formalización?

El año 1999 fue un período muy desafiante a nivel mundial, y Colombia no fue la excepción. Durante ese año, muchas personas estaban considerando la posibilidad de abandonar el país debido a las dificultades que enfrentaba.

Luego, en los años 2002 y 2003, además del antiguo colapso económico en España, comenzó un fenómeno interesante. Personas que habían considerado irse de Colombia en 1999 ahora estaban regresando o explorando oportunidades en el país.

Para poner esto en perspectiva, en Colombia se crean aproximadamente 50,000 empresas anualmente a nivel nacional, lo que es una cifra significativa. Sorprendentemente, durante el año 1999, cuando la emigración era una opción tentadora, aún se registraron alrededor de 8,000 nuevas empresas. Esto demuestra que, a pesar de las dificultades y los momentos difíciles, siempre existen oportunidades y un grupo de personas decididas a quedarse y contribuir al crecimiento del país.

La importancia de la formalización en el contexto de emprendimiento y empresas familiares es particularmente relevante. Dada la experiencia y especialización del Profesor Investigador en negocios familiares, se puede enfatizar que la formalización es esencial para garantizar la continuidad y estabilidad de las empresas familiares a lo largo de las generaciones. Al formalizar el negocio, se establecen estructuras y procesos que facilitan la transición del liderazgo y la propiedad a los miembros de la familia, minimizando conflictos y asegurando la cohesión familiar en torno a los objetivos empresariales. Además, se puede destacar que la formalización brinda a las empresas familiares la oportunidad de acceder a recursos financieros y técnicos que pueden ser vitales para su crecimiento y éxito a largo plazo.

Sin embargo, también es importante comunicar a los emprendedores y propietarios de empresas familiares que la formalización conlleva responsabilidades y desafíos adicionales, como el cumplimiento de regulaciones fiscales y laborales, que deben manejarse de manera adecuada. Es esencial contar con asesoramiento profesional para navegar por estas complejidades y asegurarse de que la formalización se traduzca en beneficios sostenibles. En última instancia, la formalización debe ser vista como una estrategia a largo plazo para fortalecer la empresa familiar y asegurar su prosperidad en las generaciones futuras.

5. De acuerdo a los desafíos más comunes que enfrentan los empresarios en las diferentes etapas de desarrollo de sus empresas en el Valle del Cauca, ¿Qué propone usted para mejorar la relación entre la Cámara de Comercio de Cali y Centro de Crecimiento Empresarial con los empresarios?

Por parte de la Cámara de Comercio de Cali, se ha visualizado que se trabajan las cosas muy aisladas. Parece que actualmente se abordan los temas de manera aislada y fragmentada en lugar de ofrecer una visión integral y holística a las empresas. Considera que es esencial trabajar en la integración de estos conceptos y servicios para brindar a las

empresas un paquete completo que abarque todas las áreas importantes, desde el gobierno corporativo hasta las competencias blandas y duras, así como los aspectos estratégicos y herramientas necesarias.

En lugar de tratar cada elemento por separado, se debería crear un enfoque más cohesivo y comprensible para los empresarios. Esto les permitirá ver cómo todos estos aspectos se relacionan entre sí y cómo contribuyen al éxito general de su empresa. Al proporcionarles un panorama completo y articulado, los empresarios podrán identificar con mayor claridad las áreas en las que necesitan mejorar y tomar decisiones informadas, esta es una parte importante en la que se debe trabajar para ayudar a los empresarios a comprender mejor la importancia de estos elementos dentro de un esquema más amplio y, en última instancia, tomar medidas más efectivas para fortalecer sus negocios.

6. ¿Cómo ve el panorama empresarial en los próximos años y qué oportunidades o desafíos anticipa?

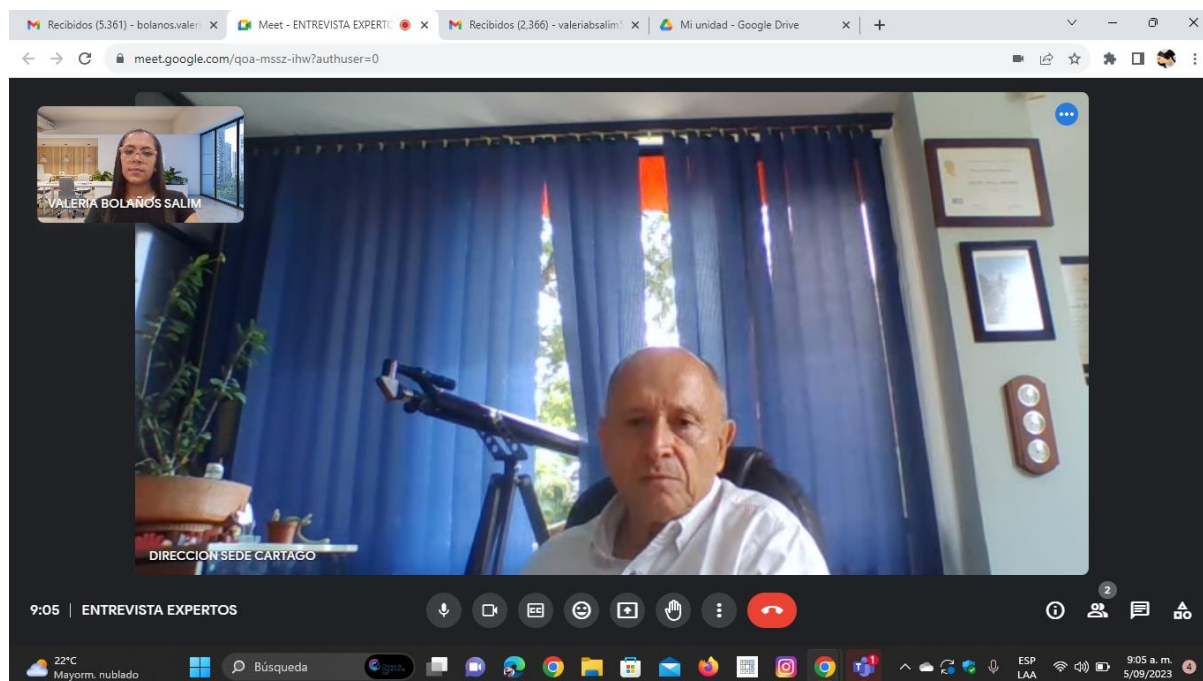
Existen varias oportunidades en el horizonte. Algunas de las oportunidades que se destacan y que si no se aprovechan de buena manera, podrían convertirse en obstáculos son:

- **Empresas en Crecimiento Digital:** Con el auge de empresas jóvenes que operan en diversas áreas, incluyendo tecnología y virtualidad, existe una oportunidad para que las empresas familiares expandan sus operaciones mediante la creación de ramificaciones impulsadas por la próxima generación. Esto permite que los jóvenes adquieran experiencia internacional y contribuyan al crecimiento de la empresa familiar.
- **Internacionalización:** La virtualidad y la eliminación de barreras físicas abren oportunidades para que las empresas, ya sean familiares o no, se internacionalicen y exploren nuevos mercados y segmentos.

- **Crecimiento Humano:** El aprendizaje de idiomas y la comprensión de otras culturas son esenciales para aprovechar oportunidades globales y adaptar productos y servicios a diferentes contextos culturales.
- **Reducción de Brechas:** La disponibilidad de información y conocimiento asequible ofrece la oportunidad de reducir la brecha entre empresas locales y poderosas empresas internacionales.
- **Innovación Abierta:** La colaboración con otras empresas en forma de innovación abierta puede dar lugar a soluciones más innovadoras y permitir el acceso a mercados globales.
- **Evaluación de Tendencias:** Es importante estar atento a las tendencias, pero también es crucial evaluar cuidadosamente cuáles son relevantes para tu empresa y cómo pueden ser aprovechadas de manera estratégica.
- **Alianzas Estratégicas:** En un mundo competitivo, la formación de alianzas estratégicas con otras empresas puede ser esencial para aprovechar las oportunidades de manera efectiva.

Estas oportunidades resaltan la importancia de mantenerse ágil y estratégico en un entorno empresarial en constante cambio. El éxito vendrá para aquellos que puedan adaptarse y aprovechar estas oportunidades de manera efectiva en función de sus objetivos y enfoques específicos.

Entrevista N°2



Fuente: Entrevista a expertos. 5 de septiembre de 2023

Abogado de la Universidad Santo Tomás, Especialista en Derecho Privado y Económico y en Gerencia de Negocios y Competitividad Internacional. Se desempeñó como secretario encargado de obras públicas del Departamento del Valle del Cauca y como secretario privado de la Gobernación del Valle del Cauca, en el año 2012 fue director ejecutivo de Acopi, Valle.

Fernando Echeverry ocupó diversos cargos de importancia a lo largo de su carrera. Fue director de la Aduana en Cartago, además de ejercer las funciones de director y presidente del Comité Asesor Regional de Comercio Exterior en la región suroccidental de Colombia, incluyendo el Valle del Cauca. También desempeñó el papel de director del Instituto Colombiano de Comercio Exterior en la zona del Suroccidente y formó parte del

Comité Intergremial del Valle del Cauca. Además, tuvo la experiencia de presidir ASOPARTES Valle del Cauca y de ocupar el puesto de Gerente en Importadora Cali.

1. Cuéntenos desde su experiencia en el mundo empresarial, ¿cuáles son los obstáculos más difíciles de superar para las empresas emergentes?

Dependiendo del tamaño de la empresa, ya sea micro, mediana, pequeña o grande, las necesidades y desafíos varían. El problema más significativo que enfrentan los empresarios en pequeñas y medianas empresas (PYMES) está relacionado con el acceso al crédito, y esto se agrava debido a la situación de la banca colombiana, que se caracteriza por no ofrecer préstamos accesibles para los empresarios. La banca suele otorgar préstamos a quienes ya tienen recursos y garantías, en lugar de apoyar a quienes realmente lo necesitan, exigiendo múltiples garantías reales. Además, existe una segmentación de riesgo que perjudica a los microempresarios, ya que se les considera de alto riesgo, lo que dificulta aún más el acceso al crédito.

Una solución que se ha propuesto es que el Estado colombiano actúe como garante para facilitar el acceso al crédito de los microempresarios, y esto se está intentando implementar a través del Banco Agrario. Sin embargo, la desaparición de bancos estatales ha sido una limitación en este sentido. Además, se menciona que las cámaras de comercio, en lugar de simplificar los procesos para iniciar empresas, a menudo los complican y retrasan. Además, se considera que las membresías que cobran las cámaras de comercio a los empresarios no proporcionan el valor que se espera a cambio. Esto se ve como un costo adicional y no como un verdadero apoyo para los empresarios.

En general, se destaca la necesidad de repensar el papel de las cámaras de comercio en Colombia y se sugiere que muchas de las funciones que realizan podrían ser asumidas por otras instituciones, como las universidades. La burocracia y los obstáculos que a menudo se

encuentran al intentar emprender un negocio en Colombia deben ser revisados para facilitar y fomentar la formalización de las empresas, especialmente las microempresas.

2. ¿Cómo pueden las empresas mantenerse innovadoras y adaptarse a los cambios constantes en el mercado?

Las empresas pueden mantenerse innovadoras y adaptarse a los cambios constantes en el mercado a través de diversas estrategias y enfoques:

- **Cultura de Innovación:** Fomentar una cultura organizacional que promueva la innovación como un valor fundamental. Esto implica alentar a los empleados a proponer ideas, experimentar y asumir riesgos.
- **Investigación y Desarrollo:** Destinar recursos a la investigación y desarrollo de nuevos productos, servicios o procesos. Mantenerse al tanto de las últimas tendencias tecnológicas y del mercado.
- **Colaboración Externa:** Establecer alianzas estratégicas con otras empresas, startups, universidades y centros de investigación para acceder a conocimientos y recursos externos.
- **Escuchar al Cliente:** Recopilar retroalimentación constante de los clientes para comprender sus necesidades cambiantes y adaptar productos y servicios en consecuencia.
- **Flexibilidad Organizacional:** Tener una estructura organizativa que permita cambios y ajustes rápidos en respuesta a las demandas del mercado.
- **Inversión en Tecnología:** Adoptar tecnologías avanzadas que mejoren la eficiencia y permitan la innovación en los procesos internos y la entrega de productos o servicios.
- **Formación y Desarrollo:** Capacitar continuamente a los empleados para mantenerlos actualizados en habilidades y conocimientos relevantes.

- **Monitoreo del Entorno:** Estar al tanto de los cambios en el entorno empresarial, la competencia y las regulaciones, y adaptar estrategias en consecuencia.
- **Gestión de la Innovación:** Implementar procesos y sistemas para gestionar proyectos de innovación de manera efectiva y medir su impacto.
- **Evaluación de Resultados:** Realizar un seguimiento y análisis de los resultados de las iniciativas de innovación para identificar lecciones aprendidas y áreas de mejora.

Las empresas deben adoptar una mentalidad de cambio constante y estar dispuestas a adaptarse rápidamente a las nuevas circunstancias. La innovación y la adaptación son esenciales para mantenerse competitivas en un mercado en constante evolución.

3. ¿Ha hecho uso de los servicios prestados por la CCC, ¿Cuáles y cómo le han parecido?

Desde el punto de vista de Fernando, menciona algunas deficiencias en el papel de las cámaras de comercio en el proceso de desarrollo empresarial y exportación en Colombia:

- **Falta de Ideación Empresarial:** Se señala que las cámaras de comercio no cuentan con un proceso de ideación para ayudar a los empresarios a desarrollar sus ideas de negocio. En contraste, en la universidad se brinda apoyo en la construcción y desarrollo de ideas empresariales.
- **Ausencia de Planes Exportadores:** Se destaca la falta de planes exportadores claros en las cámaras de comercio y la falta de una cultura de internacionalización en estas instituciones. La falta de enfoque en la internacionalización podría limitar las oportunidades de negocios internacionales y el crecimiento de las empresas.
- **Necesidad de una Ruta de Internacionalización:** Se menciona que las cámaras de comercio no tienen un proceso claro para la internacionalización de las empresas. Se sugiere que es crucial tener una ruta definida para conectarse con el mercado global y fomentar la expansión de las empresas más allá de los mercados locales.

En conclusión, se plantea la necesidad de que las cámaras de comercio en Colombia aborden estos desafíos y apoyen de manera más efectiva el proceso de desarrollo empresarial y la internacionalización de las empresas. La falta de estos componentes puede limitar el crecimiento y la competitividad de las empresas en el mercado global.

4. ¿Cuál cree que es la importancia de la formalización y qué les diría a los emprendedores sobre los beneficios o restricciones que tiene la formalización?

El pago de la Cámara de Comercio puede ser percibido como un gasto adicional para los emprendedores, especialmente para aquellos que están comenzando sus negocios y pueden tener recursos limitados. Sin embargo, es importante destacar que la formalización de un negocio a través de la inscripción en la Cámara de Comercio tiene beneficios significativos que superan los costos asociados.

La formalización brinda a los emprendedores una serie de ventajas, como el acceso a servicios financieros, la posibilidad de emitir facturas legales, participar en licitaciones públicas, establecer contratos comerciales sólidos y generar confianza entre los clientes y proveedores. Además, la formalización puede ayudar a proteger los activos personales de los emprendedores, limitando su responsabilidad en caso de problemas legales.

Si bien es cierto que la formalización implica ciertas responsabilidades fiscales y administrativas, como el pago de impuestos y la presentación de informes financieros, también permite a los emprendedores operar en un entorno empresarial más estable y competitivo. Por lo tanto, les diría a los emprendedores que consideren la formalización como una inversión a largo plazo en el crecimiento y la sostenibilidad de su negocio, en lugar de simplemente un gasto. Además, buscar asesoramiento profesional puede ayudar a minimizar los costos y cumplir con las obligaciones legales de manera eficiente.

5. De acuerdo a los desafíos más comunes que enfrentan los empresarios en las diferentes etapas de desarrollo de sus empresas en el Valle del Cauca, ¿Qué

propone usted para mejorar la relación entre la Cámara de Comercio de Cali y Centro de Crecimiento Empresarial con los empresarios?

Menciona la importancia de mejorar la capacitación empresarial y fomentar la innovación y la creatividad en lugar de seguir ofreciendo los mismos enfoques tradicionales. Se destaca la necesidad de generar propuestas innovadoras y se sugiere que las cámaras de comercio carecen de una labor investigativa profunda que permita desarrollar propuestas significativas para las empresas.

Se menciona que las universidades pueden desempeñar un papel fundamental en este aspecto, ya que aquellas que dedican más esfuerzos a investigar temas empresariales pueden generar propuestas más efectivas para los empresarios. Se nombró un programa llamado "Pacto de Sistemas Estratégicos" entre la universidad y la gobernación del Valle, que parece estar teniendo un impacto positivo en la región, especialmente en Cartago.

Sin embargo, se señala que la cámara de comercio no ha logrado llegar a los mismos niveles de detalle y minuciosidad que se encuentran en la universidad, lo que sugiere una oportunidad de mejora en la forma en que las cámaras de comercio abordan estos temas. Se sugiere que el sistema de cámaras de comercio debe ser más unificado y centrado en la generación de propuestas innovadoras y efectivas para el empresariado.

6. ¿Cómo ve el panorama empresarial en los próximos años y qué oportunidades o desafíos anticipa?

La capacidad de innovar y adaptarse rápidamente a los cambios en el entorno empresarial será crucial para el éxito en el futuro. Las empresas que son ágiles y se centran en la innovación están mejor posicionadas para aprovechar nuevas oportunidades y superar

desafíos de manera más eficaz. Es importante tener en cuenta que el panorama empresarial está en constante cambio y puede verse afectado por eventos imprevistos.

Las empresas exitosas suelen destacar por su capacidad para adaptarse a nuevas circunstancias y aprovechar las oportunidades emergentes. Por lo tanto, la planificación estratégica y la flexibilidad seguirán siendo esenciales en el futuro empresarial. Además, es fundamental explorar nuevos mercados y realizar estudios de mercado en otros países para lograr visibilidad internacional y considerar la expansión de servicios o productos fuera del país.

Entrevista N°3



Fuente: Entrevista a expertos. 7 de septiembre de 2023

Gerente de Bienestar y Autosuficiencia en The Church of Jesus Christ of Latter-day Saints. Su enfoque principal se centra en promover el desarrollo socioeconómico mediante la gestión de proyectos y la utilización estratégica de recursos en la comunidad. Esta labor se divide en tres áreas fundamentales: fomentar la empleabilidad, fomentar el espíritu emprendedor y fomentar la educación. Además, se dedica a capacitar a líderes voluntarios en

Colombia y actúa como coach para empresarios, brindándoles apoyo para el crecimiento de sus empresas. Como líder de un equipo compuesto por más de 100 voluntarios, también está encargado de gestionar el presupuesto financiero asignado para la zona.

Además, participa como socio fundador en Guerrero Higiene y Seguridad Industrial, una empresa que ofrece servicios de asesoramiento y consultoría en el ámbito de la higiene y la seguridad industrial. Esta empresa se dedica a reducir los riesgos mediante la realización de visitas de análisis de riesgo sin costo alguno, con el objetivo de satisfacer las necesidades a través de diversas líneas de negocio, que incluyen:

1. Consultoría en sistemas de gestión.
2. Sanitación de ambientes, que involucra desinfección.
3. Fumigación para mitigar riesgos biológicos.
4. Venta, recarga y capacitaciones relacionadas con extintores.
5. Suministro de elementos de protección y seguridad industrial (EPP).

1. Cuéntenos desde su experiencia en el mundo empresarial, ¿cuáles son los obstáculos más difíciles de superar para las empresas emergentes?

Según el perfil del Gerente de Bienestar y Autosuficiencia en The Church of Jesus Christ of Latter-day Saints, algunos de los obstáculos más difíciles de superar para las empresas emergentes podrían incluir:

- a. Acceso a recursos financieros: Las empresas emergentes a menudo enfrentan dificultades para acceder a capital inicial y financiamiento para impulsar su crecimiento. La falta de financiamiento puede limitar su capacidad para invertir en recursos, tecnología y personal.
- b. Falta de experiencia: Los emprendedores y líderes de empresas emergentes pueden carecer de la experiencia necesaria en la gestión empresarial. Esto puede llevar a la

toma de decisiones incorrectas, problemas de gestión y dificultades para abordar desafíos inesperados.

- c. Competencia: Entrar en un mercado altamente competitivo puede ser un desafío para las empresas emergentes. La competencia puede dificultar la adquisición de clientes y la diferenciación de productos o servicios.
- d. Recursos limitados: Las startups a menudo operan con recursos limitados en términos de personal, tecnología y capacidad de producción. Esto puede dificultar la capacidad de cumplir con la demanda del mercado y mantenerse al día con la competencia.
- e. Desarrollo de mercado: Establecer una base de clientes sólida y desarrollar un mercado puede llevar tiempo y esfuerzo. Las empresas emergentes a menudo enfrentan desafíos para atraer y retener clientes, lo que puede afectar su crecimiento.
- f. Regulaciones y trámites burocráticos: Las regulaciones gubernamentales y los procedimientos burocráticos pueden ser complicados y costosos para las empresas emergentes. Cumplir con los requisitos legales y regulatorios puede ser un desafío importante.

El Gerente de Bienestar y Autosuficiencia en The Church of Jesus Christ of Latter-day Saints, con su experiencia en gestión de proyectos y desarrollo socioeconómico, podría ofrecer apoyo y orientación valiosos para ayudar a las empresas emergentes a superar estos obstáculos y prosperar en su comunidad.

2. ¿Cómo pueden las empresas mantenerse innovadoras y adaptarse a los cambios constantes en el mercado?

Para que las empresas mantengan su innovación y se adapten a los cambios constantes en el mercado, es fundamental crear una cultura organizacional que fomente la innovación. Esto implica promover la generación de ideas, la toma de riesgos calculados y el aprendizaje de los errores. La innovación debe arraigarse en la identidad de la empresa y ser impulsada

por todos los niveles de la organización. Además, mantenerse al tanto de las tendencias del mercado y las necesidades cambiantes de los clientes es esencial. Escuchar activamente a los clientes y estar dispuesto a ajustar productos o servicios en función de sus comentarios permite a las empresas mantenerse relevantes y competitivas.

La inversión en investigación y desarrollo (I+D) es otro pilar importante para la innovación sostenible. Las empresas deben destinar recursos a la creación de productos o servicios innovadores y explorar nuevas tecnologías y enfoques. La colaboración, tanto interna como externa, también juega un papel crucial. Trabajar con socios, proveedores y otras empresas puede enriquecer la perspectiva de la empresa y dar lugar a soluciones innovadoras.

Por último, es esencial establecer métricas de rendimiento y seguir un enfoque basado en datos para medir el éxito de las iniciativas de innovación. Evaluar regularmente el progreso y hacer ajustes según sea necesario garantiza que las empresas se mantengan en el camino correcto hacia la innovación y la adaptación al mercado cambiante. El enfoque a largo plazo y la gestión de proyectos innovadores también son clave para mantener la innovación en el núcleo de la estrategia empresarial. El Gerente de Bienestar y Autosuficiencia, con su enfoque en el desarrollo socioeconómico y la gestión de proyectos, puede desempeñar un papel fundamental al facilitar la capacitación en habilidades empresariales y fomentar el espíritu emprendedor entre las empresas locales, lo que contribuye a su capacidad de adaptación e innovación. Además, puede ayudar a establecer conexiones y colaboraciones que promuevan la innovación y el crecimiento empresarial en la comunidad.

3. ¿Ha hecho uso de los servicios prestados por la CCC, ¿Cuáles y cómo le han parecido?

En el rol como Gerente de Bienestar y Autosuficiencia en The Church of Jesus Christ of Latter-day Saints y socio fundador en Guerrero Higiene y Seguridad Industrial, ha tenido la

oportunidad de utilizar los servicios de asesoría y programas de fortalecimiento empresarial ofrecidos por la Cámara de Comercio de Cali. Estos servicios y programas han sido de gran utilidad para el desarrollo empresarial de él y el de la empresa.

Le gusta estar informado y conocer a fondo el ecosistema de programas que la Cámara de Comercio de Cali ofrece, ya que esto le permite estar al tanto de las oportunidades de crecimiento, capacitación y fortalecimiento empresarial disponibles en la región. Además, le permite compartir esta información con los voluntarios y miembros de la empresa, brindándoles acceso a recursos y oportunidades que pueden ayudarles en su desarrollo profesional y empresarial.

La Cámara de Comercio de Cali desempeña un papel importante en el apoyo a emprendedores y empresarios en la región, y Jean Carlo está comprometido en aprovechar al máximo los servicios y programas que ofrecen para impulsar el crecimiento y el éxito de la empresa y de aquellos a quienes sirve en su rol de Gerente de Bienestar y Autosuficiencia.

4. ¿Cuál cree que es la importancia de la formalización y qué les diría a los emprendedores sobre los beneficios o restricciones que tiene la formalización?

La formalización de un negocio es un paso crucial en el camino de cualquier emprendedor. La importancia de la formalización radica en varios aspectos:

Primero, la formalización otorga legitimidad y credibilidad a un negocio. Al registrarse legalmente y obtener los permisos necesarios, un emprendedor muestra a los clientes, inversores y socios que está comprometido con operar de manera transparente y cumplir con las regulaciones.

En segundo lugar, la formalización brinda acceso a oportunidades financieras. Los negocios formales tienen más probabilidades de obtener préstamos, inversiones y apoyo gubernamental. También pueden participar en licitaciones públicas y acceder a programas de financiamiento destinados a empresas legalmente establecidas.

Además, la formalización permite al emprendedor proteger sus activos personales. Al establecer una entidad legal separada, como una empresa de responsabilidad limitada (LLC) o una sociedad anónima (SA), se limita la responsabilidad personal en caso de problemas financieros o legales en el negocio. Esto protege el patrimonio personal del emprendedor.

En cuanto a los beneficios, un emprendedor podría mencionar que la formalización:

- Genera confianza: Los clientes y socios confían más en los negocios formales debido a su transparencia y cumplimiento legal.
- Facilita el acceso a financiamiento: Las instituciones financieras suelen preferir prestar a negocios formales que pueden ofrecer garantías y documentación adecuada.
- Reduce riesgos legales: Al cumplir con las regulaciones, se minimiza el riesgo de enfrentar multas o sanciones legales.
- Permite el crecimiento: La formalización crea una base sólida para el crecimiento, ya que el negocio puede atraer inversores y acceder a nuevas oportunidades.

Por otro lado, es importante hablar sobre las restricciones de la formalización:

- Carga administrativa: Formalizar un negocio puede requerir tiempo y esfuerzo para completar trámites legales y cumplir con regulaciones en curso.
- Costos iniciales: Los costos de registro, licencias y otros requisitos pueden ser un desafío financiero para algunos emprendedores.
- Responsabilidades fiscales y contables: Los negocios formales deben cumplir con obligaciones fiscales y contables más estrictas, lo que puede aumentar la carga de trabajo y los costos asociados.

5. De acuerdo a los desafíos más comunes que enfrentan los empresarios en las diferentes etapas de desarrollo de sus empresas en el Valle del Cauca, ¿Qué propone usted para mejorar la relación entre la Cámara de Comercio de Cali y Centro de Crecimiento Empresarial con los empresarios?

Para mejorar la relación entre la Cámara de Comercio de Cali y el Centro de Crecimiento Empresarial con los empresarios en el Valle del Cauca, se pueden implementar estrategias centradas en las necesidades cambiantes de las empresas en diferentes etapas de desarrollo. En primer lugar, es esencial establecer programas de capacitación y asesoría que sean específicos para cada etapa del ciclo empresarial. Esto incluiría talleres, seminarios y asesoría personalizada en temas críticos como gestión empresarial, estrategias de marketing, finanzas y adopción de tecnología. Estos programas ayudarán a los empresarios a adquirir habilidades y conocimientos necesarios para abordar los desafíos en sus respectivas etapas de crecimiento.

Además, promover eventos de networking periódicos permitirá que los empresarios se conecten entre sí y con expertos en la industria. Estas oportunidades de networking facilitarán el intercambio de experiencias y la formación de colaboraciones comerciales valiosas. Para respaldar aún más el crecimiento empresarial, se podría desarrollar una plataforma en línea que ofrezca recursos educativos, herramientas de planificación empresarial y acceso a información relevante para emprendedores y empresarios de todas las etapas. Esta plataforma serviría como un recurso de referencia disponible tanto para miembros como para no miembros de la Cámara de Comercio y el Centro de Crecimiento Empresarial.

Finalmente, se debe fomentar la mentoría empresarial, donde empresarios experimentados guíen y apoyen a aquellos que están comenzando o en etapas intermedias de desarrollo. Esta iniciativa promoverá la transferencia de conocimientos y experiencias, y ayudará a los emprendedores a superar obstáculos con la orientación de profesionales experimentados. En conjunto, estas estrategias fortalecerán la relación entre las organizaciones empresariales y los empresarios en el Valle del Cauca, y contribuirán al crecimiento económico y empresarial en la región.

6. ¿Cómo ve el panorama empresarial en los próximos años y qué oportunidades o desafíos anticipa?

Desde la perspectiva del Gerente de Bienestar y Autosuficiencia en The Church of Jesus Christ of Latter-day Saints, el panorama empresarial en los próximos años presenta tanto oportunidades como desafíos significativos. Por un lado, se espera que las oportunidades en el entorno empresarial se centren en la innovación tecnológica y la digitalización. Las empresas que adopten eficazmente nuevas tecnologías y se adapten a las demandas cambiantes del mercado pueden experimentar un crecimiento sustancial. Además, la promoción de la empleabilidad y el espíritu emprendedor puede llevar a la creación de más startups y pequeñas empresas, lo que podría contribuir al dinamismo económico de la región.

Por otro lado, existen desafíos notables en el panorama empresarial, como la competencia cada vez más intensa y la globalización. Las empresas deberán competir en un mercado global y estar preparadas para enfrentar cambios rápidos en las preferencias del consumidor. La gestión eficiente de los recursos financieros y la inversión en la formación y capacitación de los trabajadores serán fundamentales para mantener la competitividad. Además, la formalización y el cumplimiento de regulaciones pueden ser desafíos para algunos emprendedores, pero también ofrecen la oportunidad de mejorar la credibilidad y la estabilidad de las empresas.

Entrevista N. 4



Fuente: Entrevista a expertos. 21 de septiembre de 2023

1. Cuéntenos desde su experiencia en el mundo empresarial, ¿cuáles son los obstáculos más difíciles de superar para las empresas emergentes?

1. Falta de recursos financieros: Las empresas emergentes a menudo enfrentan dificultades para obtener financiamiento inicial. Esto puede limitar su capacidad para contratar personal, invertir en tecnología y desarrollar productos o servicios de alta calidad.
2. Gestión del crecimiento: Cuando una empresa comienza a crecer, es fundamental aprender a delegar responsabilidades de manera efectiva. La resistencia a delegar puede obstaculizar el crecimiento, ya que la carga de trabajo puede volverse abrumadora para los fundadores y el equipo inicial.
3. Manejo de las finanzas: La falta de experiencia en la gestión financiera puede llevar a decisiones erróneas en cuanto a la inversión y el gasto. Saber en qué invertir y cómo obtener utilidades sólidas es crucial para la supervivencia y el éxito a largo plazo de una empresa emergente.
4. Competencia en el mercado: En la actualidad, la competencia en la mayoría de los mercados es feroz. Las empresas emergentes deben encontrar formas de diferenciarse y ofrecer un valor único a los clientes para sobrevivir y prosperar.

5. Cambio constante y adaptación: El entorno empresarial evoluciona rápidamente, y las empresas emergentes deben adaptarse a nuevos desafíos y oportunidades constantemente. La falta de flexibilidad puede ser un obstáculo importante.

2. ¿Cómo pueden las empresas mantenerse innovadoras y adaptarse a los cambios constantes en el mercado?

1. Estar siempre atentos a las tendencias y capacitarse constantemente: Es esencial que las empresas estén en sintonía con las tendencias del mercado. Esto implica:

- Seguir de cerca las tendencias del mercado: Estar al tanto de las últimas tendencias en la industria y en el comportamiento del consumidor. Esto puede incluir cambios en las preferencias de los consumidores, avances tecnológicos o desarrollos en la competencia.
- Formación continua: Capacitar a los empleados de manera regular para mantenerse actualizados en las últimas tecnologías y prácticas de la industria. Esto permite que el equipo esté preparado para implementar nuevas ideas y tecnologías en el negocio.
- Presencia en redes sociales: Utilizar las redes sociales como una herramienta para estar en contacto con los clientes y para mantener una presencia activa en línea. Esto facilita la interacción con los clientes y la identificación de oportunidades emergentes.

2. Responder a las demandas del mercado y a las tendencias: Las empresas deben ser flexibles y adaptables para responder a dos tipos de demandas:

- Demandas del mercado y los clientes: Escuchar a los clientes y estar atentos a sus necesidades cambiantes. Adaptar productos, servicios y estrategias de marketing para satisfacer estas demandas y proporcionar un valor real a los clientes.
- Aprovechar las tendencias emergentes: Identificar tendencias que se alineen con la marca y las capacidades de la empresa. Luego, adaptar productos, servicios o procesos para incorporar estas tendencias de manera efectiva.

En general, hemos quedado muy satisfechos con la calidad y variedad de servicios ofrecidos por la Cámara de Comercio de Cali. Su amplio catálogo de recursos y su compromiso con el desarrollo empresarial han tenido un impacto positivo en nuestro negocio, ayudándonos a mantenernos actualizados y competitivos en un entorno empresarial en constante evolución.

3. ¿Ha hecho uso de los servicios prestados por la CCC, ¿Cuáles y cómo le han parecido?

Hemos aprovechado en gran medida los servicios ofrecidos por la Cámara de Comercio de Cali. En nuestra operación diaria, recurrimos a una amplia variedad de recursos que la Cámara proporciona para impulsar el crecimiento y la eficiencia de nuestro negocio. Estos servicios incluyen:

- **Capacitaciones y Formación:** Valoramos enormemente las capacitaciones ofrecidas por la Cámara de Comercio de Cali. De hecho, consideramos estas capacitaciones tan importantes que las incorporamos regularmente en los calendarios de nuestros empleados. Esta práctica nos permite asegurarnos de que nuestros equipos estén actualizados en las últimas tendencias y conocimientos que pueden aplicar en sus roles.
- **Webinars, Capacitaciones y Cursos en Línea:** Mantenemos una atención constante en la plataforma de la Cámara de Comercio de Cali, donde encontramos una gran variedad de webinars, capacitaciones y cursos en línea. Estos recursos nos han permitido mantenernos al día con las últimas novedades en la industria y adquirir nuevas habilidades de manera conveniente.
- **Programa Prospera:** Hemos sido beneficiarios del programa Prospera de la Cámara de Comercio de Cali, lo que ha resultado fundamental para el desarrollo y crecimiento de

nuestro negocio. Este programa nos ha brindado orientación estratégica y recursos que han sido un factor clave en nuestro éxito empresarial.

- Registro de Marca: Además, trabajamos en estrecha colaboración con la Cámara de Comercio de Cali para llevar a cabo el registro de nuestra marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio. La experiencia y el apoyo proporcionados por la Cámara fueron esenciales para proteger nuestros derechos de propiedad intelectual.

4. ¿Cuál cree que es la importancia de la formalización y qué les diría a los emprendedores sobre los beneficios o restricciones que tiene la formalización?

La gente a menudo desconoce los diversos servicios que ofrece la Cámara de Comercio de Cali, y tiende a pensar que su único propósito es el registro mercantil y el pago de tasas. Siempre recibo muchas preguntas sobre cómo enterarse de los programas que la Cámara ofrece y cómo participar en ellos. En realidad, quiero destacar que la Cámara de Comercio desempeña un papel esencial en el crecimiento de las empresas.

La Cámara brinda oportunidades de formación, estructuración y capacitación que son fundamentales para el éxito de cualquier negocio. Los programas que ofrecen son valiosos recursos que pueden ayudar a los emprendedores y empresarios a desarrollar sus habilidades, adquirir conocimientos clave y mejorar la gestión de sus empresas.

En mi experiencia, la participación en los programas de la Cámara de Comercio de Cali ha sido extremadamente beneficiosa para nuestro negocio. Han contribuido significativamente a nuestra formación empresarial y nos han proporcionado herramientas prácticas para avanzar en la dirección correcta.

5. De acuerdo a los desafíos más comunes que enfrentan los empresarios en las diferentes etapas de desarrollo de sus empresas en el Valle del Cauca, ¿Qué propone usted para mejorar la relación entre la Cámara de Comercio de Cali y Centro de Crecimiento Empresarial con los empresarios?

Propondría que la Cámara de Comercio de Cali y el Centro de Crecimiento Empresarial busquen formas más efectivas de darse a conocer. Esto podría lograrse mediante la colaboración con embajadores y personas que ya hayan pasado por el proceso en la Cámara. Su experiencia y testimonios podrían ayudar a ampliar su alcance y atraer a empresarios que realmente necesitan estos recursos.

A menudo, se tiende a utilizar canales tradicionales para invitar a los mismos empresarios de siempre. Sin embargo, existe un grupo más amplio de emprendedores que aún no está al tanto de las herramientas y métodos disponibles. La Cámara de Comercio de Cali y el Centro de Crecimiento Empresarial podrían aprovechar las historias de éxito de aquellos que han participado en sus programas para inspirar y atraer a una audiencia más amplia de empresarios potenciales.

6. ¿Cómo ve el panorama empresarial en los próximos años y qué oportunidades o desafíos anticipa?

Es fundamental mantenerse alerta a las tendencias y ser proactivo en la innovación. Estar un paso por delante de las preferencias de nuestros clientes es esencial para el éxito empresarial. A pesar de las preocupaciones y la incertidumbre que a menudo afectan al mundo del comercio, es importante mantenerse enfocado en el negocio y trabajar constantemente en su mejora. La dedicación y el enfoque en el negocio propio son claves para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades en un entorno empresarial en constante cambio

BIBLIOGRAFÍA

- AstraEd. (2022, 23 septiembre). Los artículos esenciales de Clayton Christensen.
- AstraEd. <https://blog.astraed.co/es/los-articulos-esenciales-de-clayton-christensen/>
- Betancourt, B. (2011). Entorno organizacional, análisis y diagnóstico (1.a ed.)
- Cámara de Comercio de Cali. (s.f.). Quiénes somos. Obtenido de <https://intranet.ccc.org.co/content/nuestra-camara/quienes-somos>
- Cámara de Comercio de Cali. (s.f.). Centro de Crecimiento Empresarial. Recuperado el 14 de agosto de 2023, de <https://www.ccc.org.co/landing/centro-de-crecimientoempresarial/>
- Centro de Crecimiento Empresarial. Org.co. Recuperado el 18 de septiembre de 2023, de <https://www.ccc.org.co/landing/centro-de-crecimiento-empresarial/>
- Centro de Crecimiento Empresarial - puede reservar en línea. Centro de CrecimientoEmpresarial.<https://outlook.office365.com/owa/calendar/CentrodeCrecimientoEm>
- Centro de Crecimiento Empresarial - puede reservar en línea. (s. f.-b). Centro de Crecimiento Empresarial.
- <https://outlook.office365.com/owa/calendar/CentrodeCrecimientoEmpresarial@ccc.org.co/bookings/>
- Chavez, J. (2022, 9 septiembre). Ceupe. Ceupe.
- <https://www.ceupe.com/blog/presupuesto.html>
- Confecámaras. (2016). Introducción a las Cámaras de Comercio. Naturaleza jurídica de las Cámaras de Comercio. Obtenido de <https://www.confecamaras.org.co/representacion-de-la-red/introduccion-a-camaras-de-comercio>
- Confecamaras. Org.co. Recuperado el 20 de Julio, de <https://confecamaras.org.co/representacion-de-la-red/funciones-de-las-camaras-de-comercio>
- DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA Y DEL INSTRUMENTO METODOLOGICO, Capítulo IV, tomado el 24 de agosto, de https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/1330/4.CAPITULO_IV.pdf

Da Silveira Donaduzzi, D. S., Beck, C. L. C., Weiller, T. H., Da Silva Fernandes, M. N., & Viero, V. (2015). Grupo Focal y Análisis de Contenido en Investigación cualitativa. *Index de Enfermería*, 24(1-2), 71-75.

https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962015000100016

Galán, J. L. (s. f.). Las relaciones empresariales: una tipología de redes.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512010000300004

Importancia de realizar un presupuesto para alcanzar objetivos | Conexión ESAN. (s. f.). <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/importancia-de-realizar-un-presupuesto-para-alcanzar-objetivos#:~:text=El%20principal%20objetivo%20de%20un,puedan%20surgir%20en%20el%20tiempo.>

Microsoft Forms. <https://forms.office.com/r/UVF31qxUSz>

Morillo, Y. (2023). Plan de acción | Qué es, tipos, ejemplos y cómo se elabora. Coworkingfy. <https://coworkingfy.com/plan-de-accion/>

Narvaez, M. (2023). Método deductivo: qué es y cuál es su importancia. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-deductivo/>

Nuriam. (2017, 5 mayo). Reid Hoffman: el creador de LinkedIn. XLSemanal. <https://www.xlsemanal.com/conocer/tecnologia/20170505/rreid-hoffman-creador-linkedin.html>

Raeburn, A. (2022, 10 enero). Cómo crear un plan de acción eficaz [2022] • Asana. Asana. <https://asana.com/es/resources/action-plan>

Tortosa, M. C. (2022, 25 marzo). Guía para organizar un evento de empresa - EDEM Escuela de Empresarios. EDEM Escuela de Empresarios. <https://edem.eu/guia-para-organizar-un-evento-de-empresa/>

Tarqui, J. (2019, 23 julio). ¿Por qué son importantes los presupuestos para una empresa? Escuela de Posgrado. <https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/por-que-son-importantes-los-presupuestos-para-una-empresa>

Universidad del Valle. (2006). Facultad de Ciencias de la Administración. – Administración de Empresas. Obtenido de <http://fayol.univalle.edu.co/Programas/Pregrados/admon/trabajo-de-grado/modalidades-de-trabajo-de-grado.pdf>

Vargas, C. (2023, 29 mayo). Guía para organizar eventos corporativos. Aprende Institute. <https://aprende.com/blog/emprendimiento/eventos/organiza-eventos-corporativos-con-el-diplomado-de-produccion-de-eventos/>

Velázquez, A. (2023). ¿Qué es la investigación exploratoria? QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-exploratoria/>
<http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n82/0120-8160-ean-82-00179.pdf>