

PLANEACION ESTRATÉGICA 2016-2020 CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA

I. ESTRATEGIA

A. Misión

Somos una organización privada, gremial, con ordenamiento legal, dedicada a la prestación de los servicios que requieren los empresarios, mediante de un grupo humano calificado y los mejores recursos tecnológicos.

Trabajamos con base en la ética y la eficiencia, el respeto por el otro, sentido de responsabilidad y compromiso con la comunidad empresarial.

B. Visión

La Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia con una visión global, será generadora de condiciones de excelencia para una comunidad mercantil y de Entidades sin Ánimo de Lucro modernas y dinámicas.

C. Valores (Anexo: Valores corporativos, descripción)

1. Vocación de servicio
2. Integridad
3. Responsabilidad social y ambiental
4. Ética
5. Innovación
6. Competitividad

D. Principios Rectores

Asociados a los Registros

1. La esencia de los Registros Públicos delegados a las Cámaras de Comercio tienen dos connotaciones, una de carácter jurídico y de transparencia en sus manejos y otra de carácter empresarial relacionado con la competitividad.
2. La matrícula mercantil es un instrumento de formalización empresarial y contribuye con la legalidad y modernización de las empresas.

3. La excelencia en el servicio al cliente hará parte de la esencia organizacional.

Asociados a la Institución

1. El grupo humano, la reputación de la organización, el conocimiento generado, las capacidades institucionales y el modelo de gestión de la organización son las principales palancas para movilizar recursos de aliados y entidades cooperantes para el desarrollo empresarial.
2. Las relaciones con los empresarios, clientes y demás grupos de interés se fundamentarán en el conocimiento y satisfacción de sus necesidades.
3. El liderazgo, la confluencia en los intereses de la entidad y el trabajo en equipo serán las bases del trabajo organizacional.

Asociados a la gestión

1. El apoyo al desarrollo empresarial de la región se enmarca bajo los estándares de la especialización productiva, entendiendo la diversidad de los públicos empresariales y el potencial económico de las regiones.
2. El Modelo de Gestión Integral será el referente para la estrategia, los procesos y la cultura organizacional.

E. Ventajas Competitivas

1. Conocimiento especializado del marco jurídico de los registros delegados y su aplicación en servicios registrales, empresariales y nuevos negocios como respuesta a las oportunidades del mercado.
2. Conocimiento sobre el manejo de procesos soportado en plataformas tecnológicas.
3. Conocimiento especializado de las dinámicas económicas regionales.
4. Imagen reconocida y posicionada a nivel local, regional y nacional.
5. Modelo de colaboración con instituciones y empresarios para apalancar iniciativas de impacto empresarial.
6. Capacidad de articulación de entidades e iniciativas de interés para la región.

F. Propósitos

Asociados a los Registros

1. Asociar los Registros Públicos y la Formalización empresarial con la competitividad regional.
2. Propiciar el crecimiento de la Base Registral de manera sostenida.
3. Los servicios delegados tienen que garantizar su crecimiento y sostenibilidad.
4. Construir una propuesta de valor para las ESALES.

Asociados a los Servicios Empresariales

1. Posicionar la CCMA a partir de servicios y productos en la comunidad empresarial.
2. Incursionar en nuevos negocios y servicios que permitan aumentar participación de los ingresos, sin detrimento en la dinámica de los Ingresos Registrales
3. Los servicios empresariales tienen que garantizar su crecimiento, sostenibilidad y rentabilidad.

Asociados a las Inversiones Productivas

1. Incrementar de manera sostenida y rentable las inversiones productivas de la Organización.

Asociados a la Gestión del Desarrollo

1. Aprovechar la imagen corporativa y la capacidad profesional instalada para gestionar recursos de otras entidades, enfocados en programas y proyectos de colaboración y cooperación para el desarrollo empresarial
2. Construir un modelo de gestión para el desarrollo empresarial de las regiones.
3. Incidir de manera directa en los contenidos de los planes de desarrollo locales, regionales y de ordenamiento territorial en las temáticas de competitividad y desarrollo económico y empresarial.

G. Factores claves de éxito para la Cámara

1. Conocimiento de la estrategia Institucional y enfoque compartido por todos los equipos de trabajo. Generación cultura ccma
2. Desarrollar capacidades para convertir las oportunidades del mercado en servicios empresariales o nuevas empresas. Gestión del conocimiento. Anexo
3. Orientación efectiva hacia el cliente. Cultura del Servicio.
4. Efectiva promoción del empresarismo.
5. Participación proactiva en los temas centrales de Confecámaras con énfasis especial en los temas registrales.
6. Disponer de un modelo de gestión de Gobierno Corporativo para la intervención y participación en los diferentes grupos de interés de mayor impacto
7. Implementar un sistema de riesgos y su correspondiente sistema de prevención y control
8. Construir un modelo corporativo para la gestión del conocimiento y la innovación.
9. Gestionar estratégicamente el Talento Humano
10. Servicio Integral de Registros

H. Riesgos que afronta la CCMA para su sostenibilidad y crecimiento

1. Comportamiento de la economía por debajo de las expectativas.
2. La vulnerabilidad de los nuevos negocios frente a los cambios legislativos y/o de política.
3. Cambios en la legislación y destinación de los recursos relacionados con los registros (RUES y Proponentes).
4. Riesgo fiscal que afronta la cámara por la administración del recurso público, lo cual genera responsabilidad fiscal / patrimonial.
5. Aspectos relacionados con la reputación.

I. Líneas Estratégicas

1. La Cámara como Modelo: La Cámara como referente y modelo de excelencia e innovación empresarial.
2. Competitividad Empresarial: Incremento de la competitividad del empresario antioqueño mediante la eficiente interacción con su entorno y procesos de excelencia empresarial.
3. Modernización de empresas, comerciantes y Entidades Sin Ánimo de Lucro Modernización del empresario antioqueño mediante el acceso a fuentes de información, formación, financiación, mercados y herramientas tecnológicas.
4. Recomposición del Portafolio: Aumentar la participación de los ingresos distintos a los provenientes de los registros públicos, sin que estos disminuyan su dinámica.

J. Objetivos Estratégicos

Perspectiva Financiera

1. Garantizar la rentabilidad de la organización.
2. Aumentar ingresos registrales en un porcentaje mayor al incremento en las tarifas.
3. Aumentar ingresos no registrales cada año con rentabilidad.

Perspectiva clientes

1. Aumentar de manera sostenida la base registral.
2. Atraer, retener y maximizar el valor del cliente.
3. Atender de manera directa, con recursos propios, de cooperación y/o colaboración a empresas y organizaciones registradas en el RUES.
4. Promover la competitividad de las empresas, comerciantes y Entidades Sin Ánimo de Lucro.

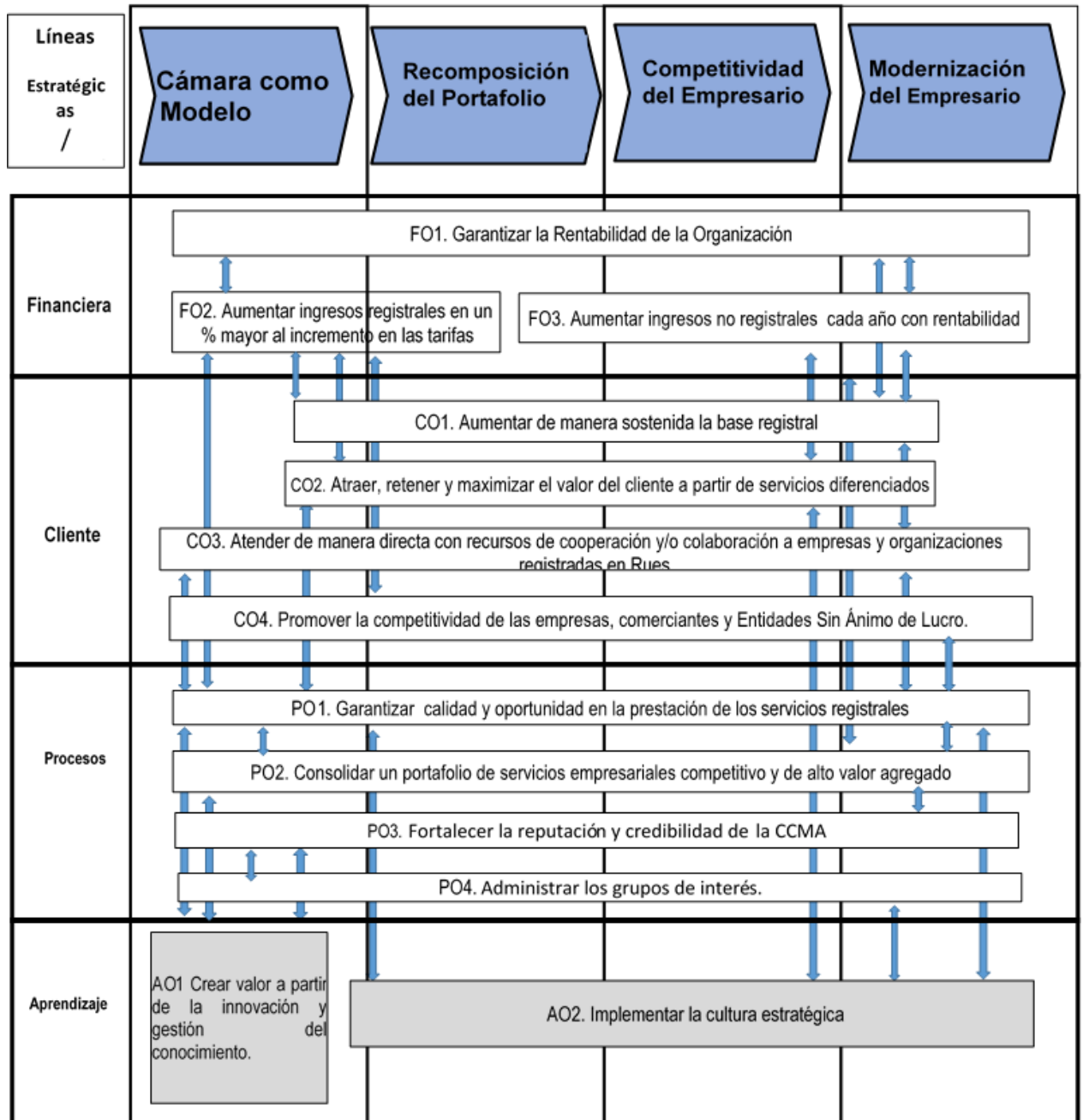
Perspectiva Procesos

1. Garantizar calidad y oportunidad en la prestación de los servicios registrales.
2. Consolidar un portafolio de servicios empresariales competitivo y de alto valor agregado.
3. Fortalecer la reputación y credibilidad de la CCMA.
4. Administrar los grupos de interés.

Perspectiva aprendizaje

1. Crear valor a partir de la innovación y de la gestión del conocimiento.
2. Implementar la cultura estratégica.

K. Mapa Estratégico



L. Metas CCMA 2016-2020

Proyección de Ingresos 2016-2020

	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos Públicos	65.764.174.693	68.683.002.815	76.367.730.291	84.532.864.526	94.379.011.095
Ingresos Registrales	56.639.721.654	59.544.000.000	65.444.000.000	72.129.000.000	80.507.000.000
Ingresos Empresariales	5.696.578.734	7.534.528.642	9.319.256.118	10.799.390.353	12.267.536.922
Otros Ingresos	3.427.874.305	1.604.474.173	1.604.474.173	1.604.474.173	1.604.474.173
Ingresos Privados	5.413.878.633	5.407.911.273	5.412.086.487	5.421.679.901	5.438.915.874
TOTAL INGRESOS:	71.178.053.326	74.090.914.087	81.779.816.778	89.954.544.426	99.817.926.969

Proyección de impacto empresarial* 2016-2020

Concepto	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Matrículas RM	24.516	26.600	28.861	31.314	33.976	36.864
Renovaciones RM	99.109	102.476	106.922	113.147	120.913	130.608
Base Empresarial	123.625	129.076	135.783	144.461	154.889	167.472
PROYECCIÓN DE IMPACTO EMPRESARIAL		24.725	25.815	27.157	28.892	30.978

* Número de empresas.

Meta: Impactar el 20% de la base registral (Matriculados+ Renovados) cada año.

ANEXO

Valores corporativos CCMA

Valor	Comportamientos observables	Actitud	Habilidades
<p>1. Vocación de servicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inspiración para atender al cliente con eficiencia, inclinación a la prestación de servicios, afición por colaborar y servir. 	<ul style="list-style-type: none"> • Espíritu abierto para servir a la comunidad (clientes internos y externos). • Tratar al cliente con respeto, amabilidad y eficiencia, y con entendimiento de sus necesidades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disposición a colaborar y a comprometerse sin interés, a satisfacer el cliente. • Entrega a la prestación del servicio con responsabilidad y eficiencia. • Disponibilidad para sortear pacientemente las dificultades del servicio. • Atender y solucionar con amabilidad, paciencia y entereza los reclamos y quejas. • Respetar la posición del cliente y asumir la diferencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Agilidad mental y destreza en toma de decisiones. • Creatividad y Recursividad. • Comunicación efectiva con las personas. • Capacidad de asimilación entendimiento y solución de diferentes problemas. • Administración efectiva del tiempo.
<p>2. Integridad :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento que asume todo colaborador Cámara para hacer siempre lo correcto conforme a los lineamientos organizacionales, de manera responsable, honesta, con convicciones firmes y con una rectitud a toda prueba. 	<ul style="list-style-type: none"> • El colaborador Cámara es un individuo correcto, educado, atento y probo. • Es intachable en el relacionamiento interpersonal e interinstitucional. • Es Intachable en el cumplimiento de sus responsabilidades laborales. • Es congruente con lo que piensa y hace de acuerdo a los principios propios e institucionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comprometido con el cumplimiento de la Estrategia Corporativa. • Actúa acorde con las políticas y normas de la organización. • Es transparente con la administración de la información corporativa. • Cumple sus deberes sin fraudes, engaños ni trampas, hace siempre lo correcto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene la capacidad de tomar decisiones conscientemente y acepta las consecuencias de sus actos. • Acepta desafíos en beneficio del crecimiento personal y organizacional. • Se comunica de manera efectiva, siendo claro y preciso.

<p>3. Responsabilidad social y ambiental</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compromiso con la institución en el marco de las políticas, planes y programas definidos • Obligación de reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de los actos, en el plano moral y ético. • Virtud para afrontar las acciones de manera propositiva e integral, en pro del mejoramiento laboral, social y cultural. • Conciencia de la necesidad de compensar o reparar un daño, cuando éste se produzca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reflexionar con juicio para adoptar las acciones correctas. Cumplir efectivamente la promesa de servicio. Asumir retos de crecimiento y sostenibilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad para cumplir y entregar la tarea encomendada. • Convencimiento de hacer siempre lo mejor. • Respeto por el cliente y la Institución • Dedicación, solidaridad y compromiso con la Institución. 	<ul style="list-style-type: none"> • Asertividad, precisión, dedicación al trabajo con disciplina. • Mejoramiento de procesos con amplio sentido del orden y la calidad. • Organización. • Utilización adecuada del conocimiento.
<p>4. Ética</p> <ul style="list-style-type: none"> • Moral y obligación del hombre. Entendimiento y conciencia de responsabilidad. • Análisis y valoración de las situaciones para determinar la forma de actuar con criterio moral y con sujeción a las normas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formulación de principios y criterios para actuar correctamente. • Sentido de la verdad y de los valores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento consciente, reflexivo y propositivo para determinar lo acertado, lo bueno y lo malo. • Respeto y lealtad con la entidad y con la sociedad. • Crítica. • Franqueza. • Convencimiento de hacer siempre lo mejor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de los valores y normas. • Discusión sobre lo que conviene. • Decisión sobre lo que facilita e impulsa la Institución • Análisis y valoración para identificar lo bueno. • Investigación para ser consciente y entender la proyección. • Reconocimiento de las normas y restricciones • Cortesía y coherencia en el actuar y en el

<p>5. Innovación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concebir la creación u obtención de ventajas competitivas. • Creación de una cultura que estimule la generación de conocimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de anticipación a las situaciones con visión de futuro. • Proactividad, disposición para crear oportunidades y de promover ideas novedosas y productivas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disposición para ser competitivo y eficiente. • Actitud positiva para lograr clientes satisfechos. • Motivada frente al trabajo. • Creatividad para solucionar los problemas. • Entender la visión del cliente. 	<p>decir.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enfoque al mejoramiento de los procesos. • Desarrollar nuevas ideas. • Comprensión del mercado y de las necesidades de los empresarios. • Trabajo en red.
<p>6. Competitividad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de generar mayor satisfacción al cliente. • Mejor utilización de los recursos para producir con mayor eficiencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para mantener ventajas comparativas basadas en habilidades, recursos y conocimientos para lograr resultados superiores. • Aptitud para formular iniciativas de negocios y de procesos que busquen una evolución positiva de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Innovativa para lograr mejores servicios. • Motivada hacia la satisfacción de necesidades. • Orientada a la productividad y la eficiencia. • Dirigida al crecimiento macroeconómico y desarrollo regional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Visión integral del desarrollo regional. • Gestión de procesos centrada en la producción y el mercadeo. • Administración efectiva del recurso humano desde su reclutamiento.