

# Empresarios

Edición 11 / Noviembre de 2022



**Laura Prieto y Jonathan Giraldo**  
Opla

## Gracias por reactivar la economía.



**Cámara de Comercio**  
de Manizales por Caldas

**Empresarios**

### Grupo editorial

Directora: Lina María Ramírez Londoño

### Consejo de redacción

Luz Eugenia Narváez Marín  
Olga Idárraga Bedoya  
Sandra María Salazar Arias  
Martha Ligia Serna López  
Tatiana López Franco

### Diseño y diagramación

Cámara de Comercio de Manizales por Caldas

### Fotografía portada

Diseño: Cámara de Comercio de Manizales por Caldas  
Foto: Diana Carolina Calle Valencia

### Junta Directiva Período 2019 – 2022

#### Representantes de los Comerciantes:

##### Principales

Jhon Jairo Gómez Valencia (Segundo Vicepresidente))  
Fredy García Ramírez  
Jorge Iván Ospina Isaza  
Abundio de Jesús Posada Idárraga  
Alejandro Mejía Franco  
Gloria Estella Zuluaga Ramírez

##### Suplentes

Juan Camilo Restrepo Soto  
Eduardo Jaramillo Villegas

Astrid Andrea Bedoya Alzate  
Carolina Mazuera Botero  
Pedro Humberto González Duque

#### Representantes del Gobierno

##### Principales

Felipe Montes Trujillo (Presidente)  
Gustavo Alberto Hoyos Zuluaga (Primer vicepresidente)  
Jorge Augusto Montoya Gómez

##### Suplentes

Fabián Escobar Montoya  
Andrés Jaramillo Bernal

### Revisor Fiscal

Nexia Montes y Asociados S.A.S. Nexia M & A S.A.S.  
Principal: Eduardo Alberto Arias Zuluaga  
Suplente: Jesús Antonio Gómez Loaiza

*Los contenidos y artículos que se presentan en esta edición solo comprometen a sus autores.*



**Cámara de Comercio**  
de Manizales por Caldas

# Índice

|                                                                                                |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| La mejor forma de ayudar a los empresarios es a través de la Junta Directiva de la CCMPC ..... | 07 |
| Hoy la gran misión de las marcas es hablar con la verdad .....                                 | 11 |
| Sofisticación: el rumbo de las empresas hoy .....                                              | 14 |
| La apuesta por el ecosistema emprendedor de Caldas .....                                       | 17 |
| Economía colaborativa y la revolución de los negocios disruptivos y descentralizados .....     | 19 |
| Dinámica empresarial en Caldas para el primer semestre del 2022 .....                          | 22 |
| Internacionalización regional en Caldas: avances y retos .....                                 | 24 |
| Sostenibilidad Energética, nuevos retos para los empresarios .....                             | 28 |
| Capitalismo consciente, una filosofía propuesta por Raj Sisodia .....                          | 30 |
| Es el momento de las Industrias Creativas y Culturales en Manizales .....                      | 34 |

|                                                                                                       |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tu inmobiliaria más digital .....                                                                     | 36 |
| Tecnología sin misterio .....                                                                         | 38 |
| Siempre un paso más allá en la magia de hacerlo bien .....                                            | 41 |
| Participación Femenina para un Mundo Empresarial más Competitivo,<br>Sustentable y Equitativo .....   | 43 |
| La venta consultiva y su importancia para el cierre efectivo en el mundo<br>comercial .....           | 45 |
| Primer clúster del país orientado a la industria del marketing .....                                  | 48 |
| El ABC del Gobierno Corporativo en Colombia .....                                                     | 50 |
| Beneficios Tributarios en CTI, la importancia para las empresas, la<br>experiencia con la CCMPC ..... | 52 |

**Empresarios**



## La mejor forma de ayudar a los empresarios es a través de la Junta

Cada cuatro años las cámaras de comercio del país llevan a cabo la elección de los representantes de los comerciantes en sus juntas directivas. El próximo 1 de diciembre se elegirán los empresarios, personas naturales o jurídicas, que durante el periodo 2023 - 2026 trabajarán por el desarrollo económico de los empresarios y de la región.

Fredy García Ramírez, miembro actual de la Junta Directiva de la Cámara de

Comercio de Manizales por Caldas (CCMPC), comparte su experiencia durante los dos períodos consecutivos en que ha desempeñado este rol.

**Revista Empresarios (RE): ¿Cuál es el papel que cumple la Junta Directiva de la CCMPC?**

**Freddy García Ramírez (FGR):** En primer lugar es velar por el cumplimiento de la misión de la Entidad, la cual abarca todo el apoyo a los comerciantes, tanto para

los matriculados como para los que forman parte del programa preferencial de Afiliados.

La Cámara de Comercio tiene una función especial de generar conexiones con los mandatarios de los municipios que conforman su jurisdicción, del Departamento y del nivel nacional, para que se ejecuten proyectos que promuevan el desarrollo de la región.

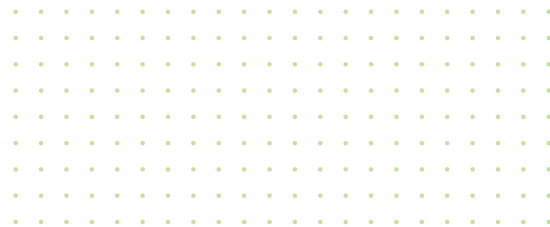
### **RE. ¿Cuál fue el mayor logro o impacto positivo de la Junta Directiva saliente durante los cuatro años de su periodo?**

**FGR.** Uno de los logros fue que salimos adelante en la coyuntura de la pandemia ocasionada por el Covid-19, ya que se hizo una gestión muy grande a nivel empresarial y con acciones realizadas en sinergia con autoridades locales y nacionales, como lo fue la participación de nuestra presidenta ejecutiva en el Puesto de Mando Unificado (PMU), en donde en representación de la CCMPC apoyó la construcción de soluciones para mitigar o superar las dificultades de la pandemia. Igualmente, y de manera muy especial, destaco el aporte que hicimos al sector empresarial, porque logramos reunir recursos importantes para que las personas y entidades que lo necesitaran, especialmente los hospitales e instituciones, tuvieran herramientas para salir adelante.

Otro gran logro fue conectar con varias instituciones; de hecho con la Alcaldía de Manizales y la Fundación Luker reunimos recursos en conjunto para generar estrategias de acceso al crédito más favorables para aquellos micros y pequeños comerciantes que no podían hacerlo por carecer de historia crediticia o por alguna otra razón; así que se bajaron las tasas de interés a través de un tercero. Desde la Cámara lo hicimos posible y fue una acción supremamente importante durante los cuatro años recientes. Adicionalmente, resalto también todas las acciones que adelanta la CCMPC de manera permanente en temas de capacitación, fortalecimiento y acompañamiento a los empresarios.

### **RE. ¿Quiénes pueden elegir y ser elegidos?**

**FGR.** Los empresarios y comerciantes que ostentan la calidad de afiliados durante los dos años anteriores al 31 de marzo de 2022 de manera ininterrumpida y que cumplen con los requisitos de ley como ser ciudadanos colombianos, tener domicilio en la jurisdicción de la CCMPC, no tener inhabilidades o incompatibilidades, entre otras que pueden consultar en la página web [www.ccmpec.org.co](http://www.ccmpec.org.co).



## RE. ¿Cómo fue su experiencia personal y empresarial en la Junta Directiva?

**FGR.** La verdad es que me llevo grandes aprendizajes; uno llega muy prevenido porque tenemos la costumbre de decir que la Cámara es esto o es aquello sin instruirnos previamente, tomamos como real lo que dice la gente de manera desinformada. Cuando se entra y se conoce la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas de cerca, se da cuenta de que es totalmente lo contrario: hace demasiado y es muy juiciosa, uno se da cuenta de que es de las pocas Entidades que no están politizadas, que la gente que llega tiene una gran voluntad por hacer cosas por la sociedad, por la región, de hacer lo mejor. No hay roscas, es gente que llega con unos conocimientos que quiere poner al servicio de todo el empresariado y de todo el ecosistema.

Aprendí mucho, conocí una Entidad que creí que existía solamente en papeles y descubrí que en realidad es supremamente organizada; hay un

equipo de personas increíble que hacen posible todo lo que se planea; está muy bien liderada y resalto especialmente la transparencia con la que se hacen las cosas.

Es una experiencia muy bonita que tuve en la vida, el haber pertenecido a la Junta Directiva por dos periodos.

## RE. ¿Cuál es la invitación que le hace a quienes son aptos para votar el próximo 1 de diciembre por la Junta Directiva y Revisor Fiscal de la entidad?

**FGR.** Como miembro de la Junta Directiva de la Cámara de Comercio de Manizales Por Caldas, que en pocos días finalizará su periodo, invito a los afiliados a votar el próximo primero de diciembre por los nuevos representantes de sus comercios, quienes se encargaran de velar por los intereses de los que hacemos empresa de manera responsable y decidida a través de esta gran institución; el voto representa su aporte significativo a la confianza y organización de nuestro comercio.



*Conoce más* 

**Gestionamos la reducción de  
trámites, tiempo y costos para  
nuestros empresarios**



## Hoy la gran misión de las marcas es hablar con la verdad

*Por: Carlos Manuel Martínez Franco  
Director General CJ Martins*

Antes de hablar de la importancia de la fotografía, de las piezas gráficas y los audiovisuales en los procesos comerciales, primero queremos tener un contexto claro del antes y el ahora en la comunicación publicitaria. En tiempos pasados vimos cómo las marcas luchaban por tener un impacto con sus audiencias y de esta forma generar identidad con las mismas; para ellas en ese entonces no era tan relevante que existiera una coherencia entre lo que se pensaba, sentía, decía y actuaba. Vimos cómo muchas marcas ofrecían en sus anuncios publicitarios cosas diferentes a lo que en realidad vendían: hamburguesas de unos tamaños

irreales que invitaban de inmediato a los consumidores a comprarlas y en el momento de recibirlas eran completamente diferentes a lo que les estaban mostrando, es un claro ejemplo de cómo se hacía. El siguiente paso que da la industria es la llegada del branding y aquí empieza a ser más importante la relación (marca-consumidor); esa cercanía y esa conversación madura, íntima y productiva la empezamos a llamar **Experiencia**.

Con la llegada del internet, hoy vemos a un consumidor con mayor acceso a la información, más conocedor y exigente, un consumidor que reclama, que da sus



puntos de vista, que interactúa y quiere soluciones de vida. **Es el momento de hablar con la verdad**, de ser honestos y tener propósitos claros que aporten a los seres humanos y su entorno.

### ***Hagamos una pequeña analogía de cómo funciona esto***

Estás en una fiesta y ves a alguien que te llama la atención sentado en frente de ti, como dicen por ahí hay un “no sé qué” en esa persona a la que no eres capaz de quitarle los ojos de encima, **(AQUÍ HAY UN BUEN IMPACTO)**; luego quieres interactuar, te acercas y conversas de lo que les gusta a los dos, ves que coinciden en muchas cosas, bailan y comentan de lo bueno que están pasando, la noche se pasa volando **(AQUÍ HAY UNA EXPERIENCIA)**; ha sido una noche inolvidable, quieren que se repita una y otra vez, cada uno le habla a sus amigos de lo que han vivido **(AQUÍ HAY UNA RESPUESTA, TE FIDELIZAS Y UNA LEALTAD AL VALOR DE CADA UNO)**. Igual funciona con las marcas, en medio de tanto impacto de mensajes de comunicación, cada una quiere captar el interés de esos que son llamados a conectar con nuestras soluciones, nuestro consumidor.

Hoy la gran tarea de las marcas es tener conversaciones más directas y personalizadas con sus audiencias, hoy son ellas las que marcan el camino del éxito, las que validan y recomiendan, las

que nos ponen a soñar de cómo tener un mundo mejor.

### **Se venden ideas cuando estamos cerca de la realidad**

Volver a mencionar la verdad en un proceso como estos es indispensable. Hoy la gente no compra productos, hoy se compran soluciones de vida, tiempo, rapidez, practicidad, comodidad, seguridad, etc. valores que tienen una historia detrás y que tienen que ser parte del libreto para acortar la toma de decisiones.

Los medios, la inmediatez y la velocidad en la que se está moviendo el mundo nos exige transmitir comunicación con argumentos; aquí la fotografía, los audiovisuales y las piezas de comunicación facilitan lo que queremos decir en cada una de las etapas de la marca; el cómo darnos a conocer, el hacer que nos prueben y nos compren y finalmente que nos recomienden.

Hoy no hay límites, no tienes que ser un artista ni un experto para lograrlo, con una aplicación gratuita, un celular, un propósito claro y un poco de creatividad es más que suficiente.

Si crees en lo que hay detrás de tu marca y en lo que le aporta a la vida de la gente, con seguridad será exitosa, no dejes ese secreto solo para ti, tu audiencia es quien te hace grande. 



TODO LO QUE  
NECESITAS, LO  
ENCUENTRAS EN  
**aunclic**

plataforma tecnológica que facilita el contacto  
entre vendedores y compradores; visítanos en  
nuestra página web **www.aunclic.com.co**



un servicio de:



Cámara de Comercio  
de Manizales por Caldas



## Sofisticación: el rumbo de las empresas hoy

Por: Mariana Villegas Gómez  
Gerente Línea de Consultoría CVC

*“El principal objetivo de una empresa es obtener el máximo beneficio para sus accionistas”.* Cada vez que leo esa frase siento una incoherencia con respecto al propósito de los empresarios actuales, que es lograr que nuestras empresas sean cada vez más sostenibles y generen valor para todos sus grupos de interés.

En las empresas no solo invertimos los accionistas. Nuestro equipo de trabajo invierte su tiempo, sus ideas y su compromiso; nuestra familia invierte su apoyo incondicional y la mejor disposición para respaldarnos

mientras trabajamos; nuestros clientes y proveedores invierten su confianza con la certeza de recibir lo mejor de nosotros; las entidades de soporte invierten recursos y talento en beneficio del ecosistema; y las regiones y el país invierten para crear un ambiente favorable, propicio para los negocios. De manera que el objetivo de nuestras empresas es —y debería ser siempre— maximizar el valor que agregamos a todos estos actores, verdaderos inversionistas, mediante mayores beneficios: mayor disponibilidad, mayor satisfacción, mayor compromiso,



mejores salarios, mejores soluciones en nuestros productos y servicios, así como la contribución eficiente para disminuir los índices de pobreza y aumentar el crecimiento económico y los empleos formales de calidad.

Una forma coherente y posible de ser empresas sostenibles es ser empresas sofisticadas. La sofisticación depende de su capacidad para generar productos y servicios con un valor agregado mayor, y es un término que se ha posicionado con fuerza en los entornos empresariales recientes. El camino hacia la sofisticación implica mayores inversiones por parte de cada uno de los actores; sin embargo, en esencia, requiere una mentalidad empresarial orientada a los mercados globales y a la tecnología entendida no solo como el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones TIC, sino como la aplicación de conocimientos y técnicas para la resolución de problemas.

Desde 2021 tengo el orgullo y la enorme responsabilidad de representar a los emprendedores caldenses en el equipo del MIT REAP, un programa diseñado para acelerar el desarrollo del emprendimiento en las regiones. Nuestro propósito es llevar el ecosistema del emprendimiento en Caldas al siguiente nivel. Nuestro mayor impulso, en esa búsqueda de la sofisticación y del crecimiento

exponencial de las empresas locales, procede de la innovación. Durante este camino he descubierto fortalezas y capacidades notables que hablan muy bien de la calidad de nuestros empresarios, de las entidades de soporte que nos acompañan, de la cultura para los negocios que fomentamos en Caldas y, para completar el espectro, de las fuertes capacidades de innovación derivadas de la academia gracias al conocimiento y disposición de las universidades ubicadas en el territorio y sus estudiantes.

Es momento de conectar esas capacidades, de dar a conocer nuestros retos en materia de sofisticación y hacer lo mejor que sabemos hacer en esta región: trabajar juntos, con reciprocidad y confianza, para sumar esfuerzos y generar entre todos un mayor impacto.

Mi invitación es que nos conectemos y nos apropiemos de las nuevas tecnologías, sin importar el ecosistema del mundo en el que se encuentren y que las usemos para resolver problemas más complejos, con impacto global, que garanticen el máximo beneficio para cada uno de los inversionistas y actores en el territorio. El desafío es cambiar desde nuestros emprendimientos y empresas para seguir transformando la realidad con la proyección de ser cada vez más sofisticados y sostenibles.

# ¿Sabías que... ?



En la Cámara de Comercio de  
Manizales por Caldas contamos con

## aunclic®

la plataforma de comercio electrónico  
**multiproveedor** que permite el contacto  
entre vendedor y consumidor final **B2C**  
y el comercio entre empresas **B2B**, o  
ambos.

Visita nuestra página web

[www.aunclic.com.co](http://www.aunclic.com.co)



un servicio de:



Cámara de Comercio  
de Manizales por Caldas

B  
2  
B  
I  
C  
2  
B

# La apuesta por el ecosistema emprendedor de Caldas

Por: iNNpulsa Colombia

Estamos en un momento importante para el emprendimiento y la innovación, y así lo hemos entendido; por esto, llegar a las regiones y acercar las iniciativas de impulso a los emprendedores ha sido una de las claves dinamizadoras del ecosistema y uno de los desafíos que asumimos en el camino para consolidar a Colombia como uno de los países con mejores condiciones para emprender.

El departamento de Caldas es una zona de extraordinario potencial, donde a través de un trabajo sostenido en conjunto con las entidades locales, como la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, logramos afianzar un ecosistema

que involucra y articula a todos los actores, generando una cadena de valor no solo en el estímulo de las iniciativas, sino en la oportunidad de dinamizar las economías locales y fortalecer la vocación emprendedora en la región.

Gracias a la alianza con la entidad cameral tenemos nuestra sede CEmprende en Manizales. Este espacio hace parte de los 26 puntos de la red nacional de nuestra iniciativa que busca fortalecer, conectar y desarrollar ecosistemas especializados de emprendimiento e innovación desde las regiones hacia el mundo, dispuesta en 19 departamentos del país.

En octubre, CEmprende Manizales cumplirá su segundo año de operación. A la fecha, hemos impactado 5.657 emprendedores a través de diversas actividades realizadas en la región. Además, 1.412 de ellos han participado de talleres especializados, 263 más han sido atendidos de manera personalizada generando valor en su proceso de desarrollo y más de 40 empresas de la región han accedido a apoyo directo en convocatorias a nivel nacional.

Con el trabajo articulado, hemos llegado a la región con programas y oferta para fortalecer el ecosistema emprendedor como la Emrendetón de Gestión Empresarial, los Semilleros de Emprendimiento Digital de Apps. co y hemos atendido los municipios de Anserma, Manzanares, La Dorada, Chinchiná, Riosucio y Villamaría. Además, con ferias de emprendimiento, propiciamos espacios donde emprendedores han tenido la oportunidad de dar a conocer sus productos y servicios.

A su vez, la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas ha sido un actor relevante en la transferencia de conocimientos en innovación para Colombia y lo ha hecho a más de 37 cámaras de comercio del país. Producto del trabajo conjunto y la apuesta por el ecosistema de la región, se ha generado una dinámica de emprendimiento y

fortalecimiento empresarial no solo para la capital sino para municipios en donde es importante generar capacidades e incrementar la sostenibilidad de las empresas.

El panorama que hoy presentan Manizales y Caldas nos permite vislumbrar que vamos en el camino correcto, y que la consolidación del ecosistema de emprendimiento es una oportunidad prometedora, no solo para la economía regional, sino también para los emprendedores, innovadores y empresarios en todos los rincones de Colombia 🇨🇴

Foto: Jhoan Sebastián Ossa Cruz



# Economía colaborativa y la revolución de los negocios disruptivos y descentralizados

Por: Gustavo A Palacios M.  
Co-fundador y director ejecutivo de Sharecollab

Con la irrupción de plataformas digitales mediante las cuales las personas se conectan para consumir, conocerse, educarse e incluso fabricar, se han generado nuevas relaciones productivas que impactan los modelos económicos tradicionales. Surge entonces la llamada **Economía Colaborativa**, “un sistema económico en el que se comparten e intercambian bienes y servicios a través de plataformas digitales”, se puede definir como la manera tradicional de compartir e intercambiar a través de la tecnología moderna y las comunidades, reinventando la forma como se consume y se produce; para aprovechar los recursos sub-utilizados, impactar positivamente el

medio ambiente e incluir socialmente a todos los miembros de la comunidad.

Es un escenario en el cual el consumo y la producción colaborativa se presentan como un nuevo modelo de negocio basado en las comunidades e impulsado por las nuevas tecnologías, partiendo desde el intercambio de casas (homesharing) y el carro compartido (carpooling), el financiamiento colectivo (crowdfunding) al compartir espacios y recursos de trabajo (coworking), los préstamos entre particulares (P2P) a los repartidores a domicilio y con esto el universo de nuevos nichos se expande día a día.

La Economía Colaborativa está compuesta por 10 grandes escenarios y 30 categorías:

1. Escenarios de movilidad compartida
2. Espacios para la creatividad compartida
3. Agricultura y comunidad
4. Producción colaborativa
5. Colectivos/ Uso Compartido, reutilizar y reciclar
6. Turismo e intercambio de experiencias y conocimientos
7. Vivir compartido
8. Tiempo compartido, conocimientos y habilidades
9. Gobierno abierto
10. Finanzas colaborativas

El crecimiento exponencial de plataformas como Airbnb [www.airbnb.com](http://www.airbnb.com) (alquiler de finca raíz por periodos cortos de tiempo para hospedaje), Blablaca (*Carpooling* o carro compartido), Zipcar (*carsharing*

o vehículo compartido entre miembros de la comunidad), Wallapop (comprar y vender artículos de segunda mano) o Uber (servicio que conecta a pasajeros y conductores privados), ha ocasionado grandes polémicas en todo el planeta.

Se podría decir que estamos ante una gran sombra de nuevas economías, denominada la *Economía Digital*, compuesta de otras como lo son: las economías colaborativa, solidaria, circular, naranja, azul, del bien común y por demanda. El común denominador es la transformación digital en la cual estamos envueltos y que debe ser apalancada por una transformación humana para dar como resultado una “transformación digital y colaborativa”, generando nuevas relaciones productivas y cambiando la economía mediante el aprovechamiento de la ubicuidad de Internet y los recursos que todos poseemos.



# CONSULTORÍA Empresarial

## LÍNEAS DE CONSULTORÍA



### Normatividad

ISO 9001, NTC 6001, NIIF, SST, NTS-ST, PI, BPM, Hábeas Data.



### Consolidación Empresarial

Estrategia corporativa, planeación financiera y costos, productividad, logística y redes de valor e internacionalización.



### Estrategia Empresarial

Estrategias y arquitecturas comerciales, metodologías y herramientas de ventas, ejecución y seguimiento comercial, marketing digital.



### Gobierno Corporativo y Expansión

Gobierno corporativo y protocolos de familia, valoración de empresas, franquicias.



### SERVICIO CON COSTO

Conoce el servicio de **Consultoría Empresarial Especializada de la CCMPC**, con profesionales altamente calificados que te acompañarán en tus procesos.

[naguirre@ccm.org.co](mailto:naguirre@ccm.org.co) - 606 8841840 ext 203 - 204



Cámara de Comercio  
de Manizales por Caldas



## Dinámica empresarial en Caldas para el primer semestre del 2022

*Por: Jorge Alberto García*

*Profesional de Estudios Económicos y Competitividad CCMPC*

En general, en el Registro Mercantil de las Cámaras de Comercio de Colombia se relacionan los hechos y actos relativos a los empresarios individuales y a las sociedades mercantiles. En particular, respecto al primer semestre del 2022, el 66,9% del tejido empresarial de la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas (CCMPC) se encuentra localizado en Manizales, seguido por Villamaría (6,1%) y Riosucio (4,2%).

En términos globales, el stock empresarial llegó a 22.698 entre personas naturales (17.320) y jurídicas (5.378); evidenciando un crecimiento del 14,5% en relación con el mismo semestre del 2021; según el tipo de organización de las empresas, las

personas naturales representan el mayor porcentaje (76,3%) de la base empresarial en la jurisdicción y el 69,4% visto solamente en la ciudad capital del departamento.

Es preciso señalar que las empresas que principalmente se dedican a actividades de comercio al por mayor y al por menor (45,2%), alojamiento y servicios de comida (14,3%) e Industria manufacturera (8,4%), representan más del 60% del tejido empresarial de la CCMPC; de igual forma, son estos mismos sectores los que evidenciaron un mayor crecimiento empresarial frente al mismo periodo del año 2021, respectivamente de 1.279, 625 y 199 empresas nuevas.

Del mismo modo, en el contexto de reactivación económica para el departamento de Caldas, en materia de creación y cancelación de registros mercantiles para los 18 municipios de la jurisdicción de la CCMPC, se puede evidenciar un buen comportamiento, dando señales de recuperación económica en lo que va de los seis primeros meses de 2022 con respecto a 2021.

En comparación, las cancelaciones presentadas en el mismo periodo aumentaron un 3,4% (lo correspondiente a 80 nuevas cancelaciones). No obstante, el incremento en el número de empresas matriculadas fue del 6,4% (lo correspondiente a 168 nuevas matrículas), donde las cancelaciones presentadas en junio de 2022 suponen los niveles más bajos en comparación con los demás meses del año.

Asimismo, comercio al por mayor y al por menor, alojamiento y servicios

de comida y actividades de servicios administrativos y de apoyo, fueron los sectores que contribuyeron en mayor medida al crecimiento de registros de empresas en la jurisdicción de la CCMPC con 2,1%, 1,4% y 1,3%, respectivamente; sin embargo, análogamente las actividades de comercio al por mayor y al por menor (3,3%) e industria manufacturera (1,7%), son los que contribuyen a la mayor cancelación de empresas en lo corrido de 2022.

Finalmente, dentro de los municipios que más contribuyeron a la creación de empresas en este primer semestre de 2022 con respecto a 2021, en el primer lugar se ubica Manizales (4,8%), seguido de Anserma (2,4%), Marmato (0,5%), Pácora (0,3%) y La Merced (0,3%); mientras que los municipios con la mayor contribución de cancelación de empresas fueron Villamaría (1,8%), Manizales (1,3%), Anserma (1,0%), Salamina (0,8%) y Neira (0,7%).

Foto: Ana María Rosero





## Internacionalización regional en Caldas: avances y retos

*Por: Estudios Económicos*

*Cámara de Comercio de Manizales por Caldas CCMPC*

Con el propósito de definir una línea base sobre las capacidades de internacionalización de los departamentos en Colombia, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo presentó las estimaciones del Índice Departamental de Internacionalización (IDI). En esta medición Caldas obtuvo un puntaje de 4,98 (escala de 0 a 10), situándose en la segunda posición a nivel nacional (sólo por detrás de Bogotá D.C., cuyo puntaje es de 5,77). La destacada

posición relativa de Caldas refleja los esfuerzos institucionales y el apoyo público-privado a procesos colectivo-regionales capaces de impulsar medidas de aprendizaje en el territorio, culturas emprendedoras locales dispuestas a brindar respuestas adaptadas a las necesidades regionales e internacionales.

Por otra parte, la consolidación del Departamento en el ámbito internacional implica mejorar el aprovechamiento del sector exportador



(mayores y nuevos mercados, además de la diversificación de productos) a partir de la vinculación paulatina a cadenas globales de valor, la consecuente diversificación de la canasta exportadora y procesos “learning by doing” que conduzcan a economías de escala. Es por esto que mejorar la calidad de la infraestructura es clave para la operación de firmas exportadoras; para tal fin, la región deberá propiciar las condiciones para hacer realidad las oportunidades de atraer inversiones en virtud de la reconfiguración que está produciéndose en las cadenas globales de valor.

Para ello, el fortalecimiento de la integración regional en el marco de las Regiones Administrativas y de Planificación RAP, deberá fomentar el diseño de una oferta territorial de servicios de desarrollo empresarial según las necesidades de los sistemas productivos locales y, en especial, de firmas de tamaño pequeño y mediano con potencial exportador. La coyuntura política también ofrece una visión promisorio sobre el comercio internacional para el departamento de Caldas. En contexto, sus ventas externas hacia Estados Unidos representan aproximadamente el 50% de las ventas totales. Por su parte, desde 2015, las menores ventas hacia Venezuela se han visto compensadas con el incremento de las exportaciones hacia Corea del Sur y en el marco del restablecimiento de las

relaciones diplomáticas entre Colombia y Venezuela, emergen oportunidades para el sector manufacturero, principalmente.

En relación con la competitividad, múltiples sectores de Caldas se han ocupado en la consolidación de acciones tendientes a desarrollar y potenciar las capacidades locales a través de la ciencia, la tecnología y la innovación, lo cual sugiere implícitamente situar el empresariado en el centro del ecosistema. Si bien el nivel de madurez de las capacidades dinámicas de los actores que hacen parte de los entornos que componen el ecosistema empresarial aún es bajo, la región presenta una destacada posición a nivel nacional.

En esta misma línea, es oportuno resaltar que las estrategias de especialización “inteligentes” definidas de manera articulada por los diferentes actores del territorio, constituyen agendas de transformación económicas basadas en la investigación y la evidencia empírica, en las que se han focalizado una serie de programas enarbolados tras un proceso inclusivo, con el compromiso de las partes interesadas.

Continuando en esta línea de análisis, en el camino de pensar el desarrollo territorial es pertinente vincular los procesos de planeación al concepto de competitividad, pues esta noción



abarca diversos elementos de interés, pues permite la generación de riqueza a partir de la interrelación de agentes sociales y el uso de recursos; es decir, la competitividad se convierte en un factor determinante para la búsqueda del desarrollo económico y regional, lo cual puede propiciar que las autoridades locales establezcan acciones para posibilitar sus mejores estándares. Por tanto, la competitividad territorial puede entenderse como una categoría del desarrollo de la región, pues el logro de la primera contribuye a la consolidación de sectores productivos más competitivos, y a su vez el proceso de desarrollo territorial requiere que los sectores productivos tengan dicha cualidad para que sea factible y perdure. Expuestas las ideas precedentes, el vínculo entre competitividad, aprovechamiento del sector externo y desarrollo regional traslapa el principal reto en materia económica del departamento de Caldas: el

mercado laboral en términos de calidad y cantidad. En consideración, si bien el mercado laboral post pandemia en Caldas ha mostrado alto grado de resiliencia, uno de los principales retos relacionados con el trabajo consiste en reducir los altos niveles de informalidad, los cuales están vinculados a una baja productividad. Con este fin se debe continuar por la senda de la promoción del trabajo laboral formal, impulsando tanto la demanda como la oferta de trabajo en este segmento.

Adicionalmente, dada la nueva estructura del mercado laboral en el departamento, caracterizado por la pérdida de participación laboral en el segmento de mujeres, jóvenes y trabajadores menos calificados, se deben considerar planes de reactivación económica, de seguridad social y de empleo formal que faciliten la inclusión laboral y la recuperación de los ingresos de los hogares.

Foto: Johan Montoya





COMISIÓN REGIONAL DE  
COMPETITIVIDAD  
E INNOVACIÓN DE  
**CALDAS**



Coordinamos y articulamos las instancias departamentales, facilitando las conversaciones en materia de competitividad. Promovemos la dinamización de proyectos de impacto regional y monitoreamos los resultados del departamento participando en la construcción de espacios estratégicos para hacer de Caldas un territorio más competitivo.



## Sostenibilidad Energética, nuevos retos para los empresarios

*Por: Paula Liliana Ceballos Hernández y Jhon Edison Ceballos Montoya  
Emprendedores MecaniCAD*

“Consumidores mejor informados toman mejores decisiones”, esta premisa es la que todo empresario debe tener identificada, medida y analizada en materia de energía en su organización. En este sentido, la digitalización es una herramienta que puede generar transformaciones de fondo y de largo plazo en el consumo energético; el uso de dispositivos digitales de medición y control que den cuenta del comportamiento de este consumo, son un primer paso para su optimización. La segunda área en la que la Unidad de Planeación Minero Energética identifica victorias tempranas es en la adopción de sistemas de gestión de energía bajo la norma ISO 50001. Estos sistemas de gestión son herramientas que permiten identificar de forma progresiva las adecuaciones de bajo, mediano y alto

costo que se pueden implementar en una organización y los potenciales ahorros que se obtendrían con dichas inversiones, gracias a que contempla acciones asociadas a buenas prácticas en operaciones y cambios de costo bajo.

Actualmente se está ejecutando en la ciudad un convenio entre CHEC – ANDI- MECANICAD con la finalidad de utilizar dispositivos digitales para identificar oportunidades, implementar acciones asociadas a buenas prácticas y finalmente optimizar los costos de operación de las empresas, bajo la metodología de la norma ISO 50001. A través del GIE 4.0 (Gestión Inteligente de la Energía) durante cuatro meses se han monitoreado los procesos claves de seis empresas, obteniendo los siguientes indicadores:

• **Energía no asociada a la producción:** disminución del 13% que equivale \$12.000.000

• **Índice de Eficiencia:** incremento del 16%; es decir, mayor aprovechamiento de la energía.

• **Costo eléctrico unitario:** disminución del 6% que equivale a \$7.350.000

Sin embargo, las mejoras en eficiencia energética en el sector terciario e industrial tienen barreras importantes a superar. Los altos costos de las nuevas tecnologías y los asociados a la transacción para contratar firmas especializadas en auditorías energéticas, y el bajo costo de algunos energéticos contaminantes, así como los aspectos regulatorios, son el principal reto para la implementación de estas medidas.

Con el Acuerdo para el Cambio Climático de París en 2015 quedó claro que el desarrollo económico del mundo debe moverse a partir de energías renovables, para dejar atrás la generación a partir de combustibles fósiles como carbón, petróleo y gas natural. Los proyectos solares ofrecen beneficios a destacar como: reducir la huella de carbono,

protegerse de las fallas en la red, generar ahorros en la factura de energía y gestionar el riesgo a la exposición en el mercado energético.

En la región tenemos varias apuestas importantes con resultados positivos pero también con nuevos retos en materia de normatividad y aspectos relacionados con el mantenimiento.

MecaniCAD hace parte de un proyecto representativo para la región: El autogenerador Solar del Centro Vacacional Santágueda el cual representa un ahorro mensual del 40% en la factura, con una capacidad instalada de 124 kWp, 228 paneles y un retorno de inversión de 5,5 años. Dicho proyecto tiene una característica relevante y es la participación local desde el diseño hasta la implementación; diseñado por Sefic Energy, construido por CHEC y MecaniCAD en la interventoría, hechos que nos mueven a soñar primero con la descarbonización del planeta, segundo con la economía de la región y finalmente con la evolución e innovación de los empresarios en materia ambiental y energética.





## Capitalismo consciente, una filosofía propuesta por Raj Sisodia

Por: *María Leonor Velásquez Arango*

*Fortia Colaboratorio, consultoría y coaching organizacional*

No hay ninguna duda de que estamos ante un mundo bastante complejo, como dice el antropólogo, escritor y futurista estadounidense Jamais Cascio, estamos ante un mundo BANI (*Brittle* (frágil); *Anxious* (ansioso); *Nonlinear* (no lineal); *Incomprehensible* (incomprensible)). Un mundo: frágil, que se puede romper fácilmente y es susceptible a cualquier catástrofe que impacte la seguridad de todos; con miedo y ansiedad ante la incertidumbre y la posibilidad de que las cosas no salgan como se planean; no lineal, donde los acontecimientos parecen

desconectados y desproporcionados, sin una conexión clara entre la causa y el efecto; incomprensible o muy difícil de entender, donde el análisis permanente de los datos puede abrumar y las respuestas parecen incomprensibles. ¿Podemos enfrentar esta nueva realidad desde un enfoque empresarial tradicional?, ¿cuál es la responsabilidad de las empresas ante este panorama complejo de hoy?

Rajendra -Raj- Sisodia, profesor de negocios globales en *Babson College*, cofundador y presidente de Capitalismo

ConscienteInc., plantea que necesitamos un sector empresarial saludable que genere ganancias en el sentido correcto; esto quiere decir, generar valor, no solo para los inversionistas, sino para todas las partes interesadas, encontrando un balance entre la generación de riqueza y el aporte a la sociedad.

Abordar las cuatro preguntas o pilares esenciales del Capitalismo Consciente puede ser un buen punto de partida para enfrentar los retos de esta nueva realidad compleja y llena de incertidumbres: ¿Por qué existimos?, ¿qué hacemos?, ¿quiénes somos?, ¿cómo operamos?

| Pregunta            | Empresa tradicional                                                                                                                      | Empresa consciente                                                                                                                                                               |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ¿Por qué existimos? | Generar resultados económicos para los accionistas.                                                                                      | Tener un propósito que responda a lo que el mundo necesita, más allá de las ganancias.                                                                                           |
| ¿Qué hacemos?       | Generar dinero a costa de los empleados y proveedores, poniendo cargas a la sociedad y dañando el medio ambiente.                        | Servir y crear valor para todas las partes interesadas, buscando generar beneficios para todos, de manera integral.                                                              |
| ¿Quiénes somos?     | Personas centradas en el poder, la generación de dinero y el ego.                                                                        | Líderes conscientes y desinteresados que trascienden y se preocupan por el bienestar de las personas y la creación de un propósito superior.                                     |
| ¿Cómo operamos?     | Alto nivel de estrés y miedo, que genera sufrimiento y problemas de salud, basado en el interés personal y la necesidad de hacer dinero. | Confianza y transparencia, con un interés genuino por el ser humano. No se vale el resultado a costa de cualquier cosa, se construye desde el amor y el cuidado de las personas. |



Desde esta perspectiva, la responsabilidad principal de los líderes es crear las condiciones para que sus colaboradores y equipos de trabajo puedan florecer. Esto requiere crear un sentido de propósito superior que responda a las preguntas ¿Por qué existimos?, ¿cuál es el aporte que hacemos a la sociedad y al mundo?; es necesario que el propósito responda a una reflexión profunda sobre valores fundamentales que den sentido e inspiren el quehacer de la organización y de cada persona.

Para definir la cultura de la empresa es necesario diferenciar entre el propósito, la visión y la misión. El propósito se refiere al impacto que se busca generar en el mundo y la motivación profunda que viene del corazón; la visión describe el mundo que se busca ayudar a construir y la misión explica la forma en que se avanzará en la dirección del propósito.

Es importante que todas las personas hagan parte de este proceso, que el propósito personal de cada colaborador esté alineado con el de la empresa, que los valores se conviertan en el marco para la toma de decisiones y construcción de relaciones entre todas las personas que conforman el tejido empresarial.

Ésta sin duda, es una tarea urgente que no da espera; ya hay organizaciones que lo saben y están trabajando en esta dirección, son las B Corp, una comunidad de empresas certificadas que hoy dan cuenta de las buenas prácticas de gobernanza y cultura empresarial, de lo cual se sienten orgullosas y esperan que muchas empresas, la suya, se sumen cada día a este movimiento.

*Valores que, desde el capitalismo consciente, deben tenerse en cuenta para crear un sentido de propósito:*

**Heroísmo:** Incidir, con un papel protagónico, en la mejora del entorno

**Evolución:** Tener en cuenta el momento y la responsabilidad histórica

**Alineación:** Aportar al fortalecimiento del trabajo en equipo

**Amor:** La principal fuerza vital y motivación del ser humano que se refleja en el interés genuino por la persona

**Inspiración:** Eliminar el egoísmo y la vanidad de las personas y los equipos

**Naturalidad:** Aportar al cuidado y preservación del medio ambiente

**Estimulación:** Comprometer y motivar a la acción desde un propósito superior.

Generamos información relevante,  
confiable y útil del entorno económico  
y empresarial de la ciudad y la región  
para la toma de decisiones.

[www.estudios.ccmpec.org.co](http://www.estudios.ccmpec.org.co)



**@EstudiosCCMPC**



estudios  
económicos y  
competitividad



## Es el momento de las Industrias Creativas y Culturales en Manizales

*Por: Margarita Álvarez Latorre,  
Coordinadora del programa de Industrias Creativas y Cultura-*

Desde hace seis años Manizales forma parte de la alianza nacional de la Dirección de Estrategia, Desarrollo y Emprendimiento del Ministerio de Cultura, que busca desplegar la Política Integral de la Economía Naranja en 33 territorios del país, generando modelos de gobernanza de sus ecosistemas culturales y creativos en articulación con los agentes locales, para dinamizar el sector y promover la productividad con estrategias de sostenibilidad e impulso a los procesos culturales.

Estas instancias buscan unir esfuerzos

de las instituciones en temas de política pública con los programas y actividades del tejido empresarial, con el objetivo de contribuir de manera efectiva al fomento, fortalecimiento y desarrollo de capacidades en materia de infraestructura, acceso a instrumentos de financiación y capital humano.

Es así como en 2019 nace en la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas el programa 'Monarca', el cual se ha ejecutado en alianza con diferentes instituciones del Nodo Creativo de

Manizales con el propósito de fortalecer las iniciativas empresariales del sector de la economía naranja, a través de herramientas que les permitan tener un crecimiento rápido, rentable y sostenido.

Desde el programa se han atendido alrededor de 80 emprendedores y actualmente se evidencia como una gran oportunidad la articulación con el Programa de Industrias Creativas y Culturales, una apuesta de la Secretaría de Tic y Competitividad de la Alcaldía de Manizales en alianza con la Universidad Católica de Manizales, la cual acompaña las iniciativas de la ciudad en el sector naranja, a través de procesos de formación, acompañamiento y asesoría para fortalecer y desarrollar capacidades en el talento humano.

En la primera versión del programa se certificaron 71 emprendedores en el Diplomado “Diseño y Gestión de Proyectos de Industrias Creativas y Culturales” de diseñadores de moda, visuales, gráficos, de vestuario

y editorial, además de publicistas, artistas manuales, plásticos y escénicos, de los cuales 35 expusieron sus ideas en la “Odisea Profesional”, un evento que promueve el relacionamiento empresarial y que este 2022 se desarrollará una vez más, con el fin de continuar promoviendo el acercamiento de los emprendedores del sector de Industrias Creativas y Culturales con empresarios de distintos sectores de la región.

Adicionalmente, el programa cuenta con una plataforma denominada “Dossier Digital” como una estrategia de visibilización de las empresas beneficiarias. A la fecha, más de 50 emprendimientos hacen parte de éste para ofertar los productos y servicios dedicados a estas actividades.

Para conocer los emprendimientos y adquirir servicios y productos de la economía naranja, ingrese al siguiente link:

[www.dossierdigitalmanizales.com](http://www.dossierdigitalmanizales.com)



# Tu inmobiliaria más digital

*Por: Juan Diego Restrepo H.  
Gerente - Administra Bienes Raíces SAS*

No habían transcurrido dos semanas del aislamiento obligatorio como consecuencia de la COVID 19, cuando la administración de la empresa ya estaba contemplando la posibilidad de no volver a las oficinas.

¿Cómo continuar ofreciendo un servicio sin la presencialidad? La respuesta fue el nuevo insight que ahora nos mueve: “Momentos de verdad en tus inmuebles”.

La inmediatez y la simplicidad en los procesos, es lo que nos hemos propuesto facilitarles a nuestros clientes, no puede tratarse de hacer lo mismo que hacíamos antes, ahora debemos hacerlo mejor y sin perder la calidez de la presencialidad.

Las personas y la tecnología, dos elementos infaltables para la transformación.

## Crear en el Equipo

El primero y más importante de todos, el talento humano. Cuando uno decide enviar a sus colaboradores a



teletrabajar, debe creer firmemente en sus capacidades de empoderamiento, lo anterior, sobre una base clara de las funciones y responsabilidades asignadas.

## Apropiar tecnología

La tecnología es el vehículo para poder fortalecer y conducir con éxito una estrategia de transformación digital. Hoy los ERP's -software de administración- han migrado del computador a la nube y es lo mismo abrir una aplicación de negocio desde una costa en Italia, que desde cualquier lugar del Eje Cafetero colombiano.

Los seis (6) ejes de actuación más importantes en nuestra inmobiliaria:



### **A. Teletrabajo**

Por fortuna hemos podido apropiarlo con éxito, y quien con cierta desidia lo observaba al comienzo, ya no quiere abandonar su estación de teletrabajo; hoy se siente autónomo, con más tiempo para su familia y más libertad.

### **B. Fortalecimiento de la bancarización**

Los arrendatarios, sin excepción, emplean plataformas para pagar online y facilitar la aplicación de los pagos haciendo más ágil el proceso de cartera. Nuestros proveedores han migrado a convenios de pago y los propietarios reciben sus dineros en sus cuentas bancarias.

### **C. Firma electrónica**

Hoy firmamos contratos de arrendamiento

y de administración, acuerdos, promesas de compraventa y demás documentos 100% virtuales. Desde junio de 2020 adquirimos la tecnología para firmar electrónicamente.

### **D. Ágil proceso de arrendamiento**

A través de un algoritmo, sin documentos y en forma completamente virtual, aprobamos en segundos nuestros arrendatarios. Generamos los contratos en forma automática y elaboramos digitalmente los inventarios para la entrega física de los inmuebles.

### **E. Fotografía de 360 grados. Tours Virtuales en los inmuebles**

Ahora digitalizamos los inmuebles para que nuestros clientes no tengan que visitarlos físicamente o lo hagan solo una vez, teniendo la certeza de que es el inmueble que buscan. Es una experiencia de inmersión.

### **F. Oficina Autónoma**

Nuestra oficina es ahora un Centro de Contacto Físico –CCF– en el Centro Comercial Sancancio para tareas muy específicas. Los clientes ya no deben visitar nuestras instalaciones.



## Tecnología sin misterio

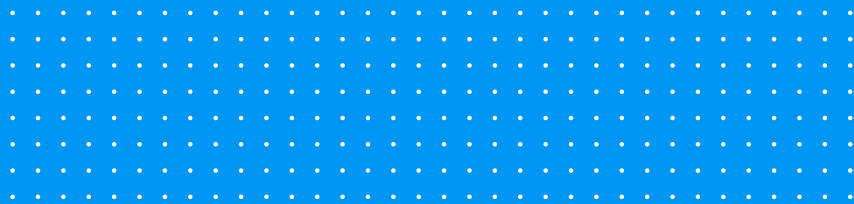
*Por: Nicolás Llano Naranjo  
Fundador Tertulia Digital*

Estadísticas del Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones indican que las MiPymes colombianas están conectadas en su gran mayoría a Internet; sin embargo, diversos estudios han demostrado que el uso que se le da en pro de los objetivos de los empresarios es aún muy bajo. Más allá del uso de chat y redes sociales, la gran mayoría de los empresarios aún no adoptan esta tecnología y otras derivadas, desaprovechando su potencial.

Al revisar las razones, nos encontramos con temas recurrentes que debemos revisar en detalle. Primero, los empresarios han dicho que les falta

conocimiento sobre el tema; en segundo lugar, manifiestan que la tecnología es costosa. Yo particularmente tengo una visión diferente que quiero compartir con todos los empresarios.

En mi opinión, los que creemos ser expertos en tecnología, hemos tratado de abordar el tema desde el miedo que les transmitimos a los empresarios: “si no usas tecnología, tu negocio se quedará rezagado”; “si no compras más tecnología que tu competidor, estarás perdiendo la batalla”; “si no ofreces a tus clientes nuevos canales de atención tecnológicos, se irán a donde un competidor”.



Al conversar con empresarios de sectores tradicionales, es común oírlos decir que no es fácil para ellos entender los múltiples términos técnicos, siglas y palabras en inglés con las que hablan los expertos en tecnología e incluso los expertos en estrategias digitales en redes sociales. También dicen que a veces sienten que los proveedores tecnológicos tratan de “descresstar” o sorprender a sus clientes con experiencias en otros países que a veces es difícil acoplar a las necesidades particulares de los empresarios.

Para influir positivamente en esa esperada transformación digital de los empresarios caldenses, la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas y la Tertulia Digital realizaron una alianza que busca equilibrar la comunicación entre los empresarios que no son expertos en tecnología pero que tienen interés en mejorar sus resultados a través de estas nuevas tendencias, y aquellos expertos tecnológicos que se den a la tarea de entender la realidad de los empresarios, sin partir del miedo como excusa.

Para lograrlo, se lanzaron una serie de contenidos en video y audio que tiene como objetivo presentar las tendencias tecnológicas de vanguardia en palabras comunes a todas las personas, apoyados en ejemplos, testimonios e historias que permitan facilitar este entendimiento. Se promueven conversaciones entre empresarios expertos y no expertos para

resolver los retos tecnológicos en las empresas, orientando la conversación a los fines o impactos y no a los medios. Hablamos de crecimiento en ventas, control de costos, rentabilidad, productividad, satisfacción del cliente, entre otros, a través de aplicaciones tecnológicas en diferentes niveles, dependiendo de la necesidad, el nivel de entendimiento y la capacidad de inversión de los empresarios.

A este proyecto lo hemos denominado “Tecnología sin misterio”, y con él buscamos disminuir el desconocimiento en las tecnologías de vanguardia aplicables a las empresas. Sabemos que cada vez los empresarios son más reacios a dejarse tentar por los “me gusta” en las redes sociales; por eso queremos que esos empresarios sientan el impacto que la inversión tecnológica hace en sus bolsillos, llenándose de mayores ingresos y más rentabilidad. ¿Se animan a participar?..

Mas información en  
**[www.tertuliadigital.org](http://www.tertuliadigital.org)**  
**[nicolas@tertuliadigital.org](mailto:nicolas@tertuliadigital.org)**



Cámara de Comercio  
de Manizales por Caldas

Estas son las empresas que hicieron parte de la Rueda de Proveedores llevada a cabo por la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas y que unieron esfuerzos para fortalecer la economía regional y mostrar a la comunidad que comprar local...

*¡si vale la pena!*



SEGUNDA

Rueda de 2022  
Proveedores

JUNTOS PROMOVEMOS LA COMPRA LOCAL

adylog

HERRAGRO

SICOLSA

TOPTEC  
Construyendo sus sueños

Aladino  
Salas de juegos

Celeria  
Saboréate la vida

COLLECTIVE  
MINING

CHATARRA  
chatarra.com.co

chec  
Grupo-epm

Industria  
Licorera  
Caldas

Mercaldas  
Lo que todos  
queremos

Normandy

Sumatec

super  
La magia de la alegría

Susuerte  
Siempre te da más

TRIUNFO  
¡La vida está de moda!

Venecia

Patrocinado por:

FORTINET



## Siempre un paso más allá en la magia de hacerlo bien

*Por: Mauricio Trujillo Posada  
Presidente Grupo Hada*

Si antes de la pandemia nos hubieran preguntado si era posible trabajar desde casa, la respuesta hubiera sido un rotundo no; si antes de la crisis sanitaria nos hubieran planteado la idea de trabajar sólo cuatro días a la semana, hubiéramos pensado que era una locura. Pero como a todos, el tiempo de cuarentena y los cambios del mundo, nos hicieron evolucionar y transformar nuestra forma de enfrentar los retos corporativos, derribando paradigmas en torno a los horarios, lugares, la importancia de la presencialidad, entre otros.

Entendiendo las nuevas tendencias y modelos laborales que trajo consigo la Covid-19, como Compañía hemos tomado una serie de decisiones, en las cuales nuestra gente puede trabajar

donde quiera, a la hora que quiera y vestidos como quieran, valorando la flexibilidad laboral y dando paso a una nueva etapa de equilibrio y balance entre vida personal, profesional y familiar.

Somos una empresa con 66 años en el mercado nacional e internacional, para la que siempre ha sido fundamental el bienestar de su equipo de trabajo, innovando en fórmulas, no sólo de producto, sino también en salario emocional.

Tenemos claro que la motivación de los seres humanos que componen el Grupo Hada es esencial, por ello y con el lema no vivimos para trabajar, sino que trabajamos para vivir, implementamos la estrategia del FlexiViernes, la cual

nos convierte en pioneros en priorizar el bienestar integral de nuestra gente, apalancando experiencias empleadoras que aumentan la productividad, el compromiso y la pasión.

Durante la pandemia pasó lo inimaginable, nos encerraron y emprendimos un camino para el cual, sin pensarlo, ya estábamos preparados. Comenzamos a trabajar desde casa, basando nuestro interrelacionamiento en la confianza absoluta hacia nuestro equipo, quienes con su trabajo íntegro, responsable y eficiente, lograron que cada cambio en el sistema fuera todo un éxito.

### En el Grupo Hada queremos que la gente sea feliz

No se trata de trabajar menos sino de trabajar mejor, más motivados, felices, apasionados y comprometidos, yendo un paso más allá en el cumplimiento de metas, objetivos organizacionales y posicionamiento de marca. En el 2022 la magia y el bienestar se concentran en tener más tiempo para disfrutar de la familia, hacer ejercicio, meditar, estudiar, emprender y cumplir aquellos sueños que creíamos imposibles.

Con el continuo compromiso de la Alta Dirección, durante este primer semestre y con el objetivo de

perpetuar en el tiempo los FlexiViernes, en las áreas de la compañía en donde es posible, hemos enfocado nuestras labores en moldear y organizar los procesos organizacionales, con cambios significativos en nuestro día a día como la definición de políticas internas que optimicen las reuniones haciéndolas más eficientes, búsqueda de herramientas para agilizar procesos operativos, estructuración de cronogramas de asistencia que posibiliten dar continuidad al negocio, evaluando constantemente estrategias innovadoras que permitan garantizar la permanencia de este beneficio, que hasta el momento, es el más valorado por nuestros empleados.

Los FlexiViernes han sido una medida que se ha implementado satisfactoriamente en todos los procesos administrativos de nuestras oficinas corporativas en Manizales y plantas de Manufactura de Colombia y México (Hada International S.A. y Cosméticos S.A. de C.V. respectivamente).

Porque la vida es ahora, este es el momento perfecto para ser mejores, cuidar de nuestra salud física y mental, velar por el bienestar de nuestros núcleos familiares y crear comunidades más conectadas, resilientes y unidas.

*Esto es... ¡La magia de hacerlo bien! 🧙‍♂️*



## Participación Femenina para un Mundo Empresarial más Competitivo, Sustentable y Equitativo

*Por: Jhoana Patiño López  
Profesora investigadora en género  
Centro de Estudios Avanzados en Niñez y juventud*

De acuerdo con investigaciones realizadas por el Banco Mundial las mujeres son el 49.6% de la población total, pero solo el 40.8% labora en el sector formal y aunque producen el 66% del trabajo mundial, tan solo son dueñas del 1,2% de las propiedades existentes; además, tanto en países desarrollados como subdesarrollados, las mujeres todavía promedian menos del 78% de los salarios que ganan los hombres por desempeñar el mismo trabajo.

En el informe denominado: “El Impacto de la COVID-19 en las Mujeres Trabajadoras de Colombia, (OIT – ONU Mujeres, 2020)”, se muestra que la crisis desatada por la pandemia del coronavirus agudizó los problemas

estructurales del mercado de trabajo colombiano, caracterizado por unas profundas desigualdades de género evidenciadas en el promedio de las dos últimas décadas en la tasa de participación laboral femenina que se ubica en 22,8 puntos porcentuales por debajo de la de los hombres; aquí efectivamente se percibe que la responsabilidad de la economía del cuidado de los hogares encabezados por mujeres está desproporcionada.

Otro de los aspectos percibidos, es que permanece la concentración del desempleo en las mujeres, donde las cifras del DANE muestran que el 46,5% del total femenino se ubica en el rango de edad de los 14 a los 28 años.



En nuestro país se pueden destacar diferentes iniciativas encargadas de fortalecer los conocimientos y las capacidades de las mujeres para participar y liderar procesos de investigación, desarrollo, innovación y gerencia; algunos de ellos son: la Red Colombiana de Mujeres Científicas fundada en 2016 con el fin de promover, estimular, apoyar y visibilizar la participación de la mujer en ciencia y tecnología en ámbitos claves para el desarrollo de Colombia y proponer políticas para garantizar dicha participación; también se encuentra la Asociación de Mujeres Empresarias y Emprendedoras de Colombia, constituida con el objeto de propiciar la construcción colectiva de oportunidades para el desarrollo empresarial y la prosperidad de las mujeres empresarias de Colombia.

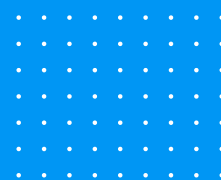
En el caso de Caldas esta transición también está en marcha y cada vez se conocen más iniciativas que apoyan la formación de las mujeres como líderes en los campos de la ciencia y la empresa. Algunos ejemplos son el programa Mujer Empresaria de la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas y la estrategia Sello Rosa de la Gobernación de Caldas; ambos ofrecen procesos de capacitación, asesorías personalizadas, articulación en redes y promoción de servicios y productos que les permiten a las mujeres

fortalecer conocimientos y habilidades para participar de forma más activa en el campo empresarial. Así mismo, estas iniciativas buscan abrir espacios en las empresas para que se concienticen de la importancia y los beneficios de vincular personal del género femenino a sus organizaciones en materia de competitividad, sustentabilidad y equidad.

Entre tanto, se necesita generar y sostener más iniciativas como estas, especialmente para que puedan llegar e impactar el sector rural de nuestro departamento donde hay menores oportunidades para ellas; de igual forma, es clave que los gobiernos regionales y locales puedan apoyar el desarrollo de políticas sociales que estimulen los procesos de innovación, emprendimiento y liderazgo de las mujeres que participan económica y socialmente. Es indispensable que se generen necesidades en los gremios y empresas de la región, de tal modo que creen programas que incentiven la contratación de mujeres, pero sobre todo, que apuesten a que puedan alcanzar cargos de liderazgo en condiciones de equidad e igualdad.

*“Una sociedad que reconoce, valora e impulsa a las mujeres para que desarrollen su potencial, es una sociedad que construye mejores condiciones de vida, progreso y desarrollo”* 

# La venta consultiva y su importancia para el cierre efectivo en el mundo comercial



Por: Claudia Ruiz Henao  
Administradora de Negocios, Especialista en Mercadeo

Cada vez es más frecuente escuchar de la venta consultiva y los grandes beneficios para quien logra dominarla, ¿de qué se trata este tipo de venta?

Empecemos por definirla como el proceso de asesoría donde el vendedor se enfoca en las necesidades reales y prioritarias del cliente para que a partir de éstas se adapte y personalice la propuesta hasta lograr su satisfacción. Aunque parezca obvio la realidad es un poco ajena a este ideal; es más común de lo que se quisiera, encontrar que algunos comerciales se esfuercen más por ofrecer lo que ellos desean o

se les facilita vender para alcanzar un presupuesto. Es esta la razón por la que algunos consideran la venta consultiva como arte de pocos.

En este proceso se busca la relación comercial a largo plazo; más que cerrar ventas se presta una asesoría, a tal punto de estar dispuesto a renunciar a una venta puntual si esto significa que para el cliente existe una mejor opción, porque en este tipo de estrategia la relación comercial se fundamenta en dos principios básicos: el ganar - ganar y la confianza.

Otra característica de la venta consultiva es que el asesor no se preocupa por mostrar todo el catálogo de productos para que el cliente elija, este sabe que el tiempo es valioso y que conectar con la necesidad del comprador es vital para continuar en la negociación de forma efectiva; por ende, procura dedicar el tiempo a hacer las preguntas adecuadas y tomar atenta nota a lo que el cliente le manifiesta para identificar más que un producto, cuál es la solución ideal que le generará las ventajas y beneficios que espera.

Un método bien logrado en ventas facilita el cierre gracias a que se concentra en tres aspectos: conocer al cliente, entender su situación y proponer soluciones que se ajusten a la situación; todo esto logra una conexión tan fuerte con las necesidades del cliente que éste difícilmente puede resistirse.

Muchos hablan de que es una metodología pero en realidad una venta consultiva es una filosofía dentro de la cultura del equipo comercial. Inclusive, los líderes también pueden generar estas reflexiones con su equipo cuando dan a conocer sus ideas y proyectos pensando en cómo se conectan con las necesidades de los vendedores.

### 3 ventajas de la venta consultiva gente sea feliz

**1. Fidelización de los clientes:** gracias a la asesoría y confianza que se logra.

**2. Mayor productividad:** aunque este tipo de venta requiere de más tiempo para concretarse y cultivarse, asegura mejores resultados con menos recursos.

**3. Mejores resultados comerciales, más cierres:** se facilitan los procesos de venta y en muchos casos se minimizan las objeciones y pretextos habituales en otro tipo de negociaciones.

Para concluir, la venta consultiva no tiene como objetivo una única venta. Su reto es superior, es el de fidelizar al cliente, y este es un trabajo arduo de tiempo completo que requiere de desarrollar una conexión fuerte con las necesidades del cliente.





# FORMACIÓN *a la* MEDIDA



*Fortalecemos las capacidades de tu equipo de trabajo*

## Entrenamiento en:

- ⦿ Atención al Cliente
- ⦿ Liderazgo
- ⦿ Gobierno Corporativo
- ⦿ Gerencia
- ⦿ Finanzas y Contabilidad
- ⦿ Contratación
- ⦿ Propiedad Intelectual



3126127767



[clinicaempresarial@ccm.org.co](mailto:clinicaempresarial@ccm.org.co)  
[fortalecimiento@ccm.org.co](mailto:fortalecimiento@ccm.org.co)



Llámanos al: 8841840 ext. 740



## Primer clúster del país orientado a la industria del marketing

Por: *Nathalia Aguirre Valencia*  
*Profesional Clúster y Productividad CCMPC*

Esta iniciativa denominada “Clúster de proveedores de Servicios de Marketing - Empathy” nace en el año 2020 y ha venido evolucionando el concepto de publicidad y comunicaciones tradicional hacia uno más amplio que integra los diferentes *marketing services providers*; de esta manera, la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas se ha convertido en pionera al tener este primer clúster a nivel país.

En ese sentido intervienen diferentes industrias como agencias creativas,

producción audiovisual, agencias BTL, desarrollo de software, analítica de datos, producción digital, agencias de medios, consultoría en derechos de autor, entre otros; identificados, según su especialidad, en los segmentos de negocio denominados ‘productores’, ‘experiencias’ e ‘integradores’.

En la cadena de valor del clúster se tienen identificadas 302 empresas que generan alrededor de 1.064 empleos. Estas organizaciones enfrentan cuatro retos estratégicos: fortalecimiento

de capacidades del ecosistema para competir en estrategias a futuro; consolidación de las agencias como palancas de desarrollo por su capacidad para generar valor; transformación de la industria auxiliar para aprovechar nuevas oportunidades en la era digital; y desarrollo de mercados sofisticados con criterios de compra diferentes al precio.

Dentro de la gobernanza del clúster se cuenta con un comité estratégico conformado por las siguientes empresas:

Mimanizaesdelalma.com, Seiren, MySeo Company, Toro Marketing y Logística, Argio, Stored y Think Comunicación Creativa, las cuales están organizadas por las mesas de trabajo de Desarrollo de capacidades, Innovación en servicios y Acceso a nuevos mercados.

Mauricio Cardona, director de la empresa Think Comunicación Creativa S.A.S. explica: “Pertener al clúster de Marketing Empathy permite entender el valor de trabajar en grupo, en la búsqueda de caminos que nos lleven a soluciones cada vez más innovadoras y que potencien nuestras capacidades frente al mercado; también, es un escenario ganador que hace posible reconocernos como actores valiosos que aportamos al ecosistema al que pertenecemos, que si logramos identificar esas alianzas dentro del clúster y articular trabajo colaborativo podemos escalar nuestro modelo de

negocio de maneras que no creíamos poder alcanzar”.

Actualmente, Empathy ha atendido alrededor de 60 empresas y ejecuta un proyecto cofinanciado por Colombia Productiva y la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, donde se han destinado \$197.974.524 para fortalecer las capacidades de 10 empresas del Clúster de Proveedores de Servicios de Marketing de Caldas a través de la gestión, la sofisticación de sus productos y la integración de la cadena de valor de las empresas que la componen, que contribuyan a su competitividad y recuperación económica.





# El ABC del Gobierno Corporativo en Colombia

*Por: Unidad de Prensa  
Gobernación de Caldas*

## ¿En qué consiste?:

El Gobierno Corporativo se introdujo en Colombia a partir de la apertura económica de los años noventa; se define como un conjunto de estructuras, principios, políticas y procesos (buenas prácticas empresariales), para la dirección, administración y supervisión de cualquier empresa, cuyo propósito es mejorar su desempeño, generar valor y garantizar su competitividad, productividad y perdurabilidad.

## Elementos transversales para generación de valor:

De conformidad con lo dispuesto en la Guía de Buenas Prácticas de Gobierno Corporativo para

Empresas Competitivas, Productivas y Perdurables, se exponen los elementos que fortalecen una cultura organizacional, enfocada a la generación de valor para los propietarios, la dirección, la administración y demás grupos de interés de una empresa.

## Datos de interés:

### Identidad Empresarial:

Es importante crear una identidad empresarial mediante la definición de un propósito claro y valores organizacionales, que orienten los intereses de la empresa para que se mantenga vigente en el tiempo, sea más competitiva y productiva.



### **Estructura sólida para la toma de decisiones:**

La definición y diferenciación entre los órganos de propiedad (asamblea), dirección (junta directiva o asesora según el tamaño y necesidad de especialización de la organización), administración (gerencia) y control (revisoría fiscal y autoridades), son instrumentos adecuados para la interacción fluida y eficiente y además, facilitan la sincronización de los procesos y actuaciones para la implementación, cumplimiento y monitoreo de la estrategia general de la organización.

### **Estricto respeto y cumplimiento por las normas externas e internas, promoviendo la transparencia y la ética en las actuaciones de los colaboradores y demás grupos de interés:**

Establecer acciones que incrementen la reputación corporativa y favorezcan el entorno social, como parte de una cultura ética.

### **Recomendaciones generales:**

A la luz de lo dispuesto en la citada guía, se exponen las siguientes recomendaciones generales en pro de la construcción e implementación del Gobierno Corporativo:

- La empresa debería definir su propósito y sus valores organizacionales, de modo que las decisiones de los diferentes actores en la organización se alineen en torno a estos. Ese propósito debe sincronizarse con la definición de una estructura idónea para la gestión y toma de decisiones.

- Contar con instancias claramente separadas, mediante la definición de roles y parámetros de actuación para la asamblea, la junta directiva o asesora y el equipo gerencial, adecuado sistema de contrapesos que incida, de forma positiva, en el proceso de toma de decisiones. La manera en que se formaliza la junta directiva o instancia equivalente, para la dirección y toma de decisiones de la organización, depende de la estructura de propiedad de la empresa, su tamaño o el momento de maduración en el que se encuentre.

- Implementar una cultura de cumplimiento normativo, de tal forma que adopte mecanismos que le permitan minimizar los riesgos derivados del incumplimiento, cumplir las normas vigentes y promover la implementación de buenas prácticas para ser más competitiva, productiva y perdurable, como por ejemplo, un Código de Ética.



## Beneficios Tributarios en CTI, la importancia para las empresas, la experiencia con la CCMPC

*Por: Kenny Mauricio Gómez, coordinador Unidad de Emprendimiento UAM*

*Juliana Andrea Vélez, consultora líder empresarial - Unidad de Emprendimiento UAM*

Hablar de innovación es hablar de futuro, es crear en las organizaciones las condiciones y los procesos que les permite ser competitivas y crecer, además, asegurando su sostenibilidad y la de los territorios en las que se desempeñan. En la actualidad, el paradigma del desarrollo de las sociedades se sustenta en la innovación y el desarrollo de soluciones pertinentes por vía de la I+D+i (Investigación, Desarrollo e Innovación), para asumir

los retos que tenemos como sociedad en materia ambiental, social y económica.

En nuestro país el panorama de la innovación y la competitividad tiene grandes desafíos, uno de ellos relacionado con la mentalidad y la cultura. Pensar que la ciencia, tecnología e innovación son asuntos exclusivos de laboratorios científicos, centros tecnológicos o grandes compañías, puede generar limitaciones en la

manera cómo las empresas crean valor. Tales desafíos se vienen asumiendo por el liderazgo de empresas, sectores, instituciones y academia.

Uno de los programas que integra a la academia y los sectores es el de Aceleración de Proyectos de I+D+i (investigación, desarrollo e innovación) enmarcado en la Estrategia Pactos por la Innovación Eje Cafetero y desarrollado de la mano de las Cámaras de Comercio de la región y un operador que, para el caso del eje cafetero fue la Universidad Autónoma de Manizales (UAM), programa en el cual tuvimos la oportunidad de acompañar 21 empresas en la formación de capacidades para la Gestión de la Innovación que les permitiese formular un proyecto de gran potencial y recibir un incentivo por vía de los beneficios tributarios.

Las 21 empresas en esta versión del programa pudieron materializar la formación a través de la creación de su propio banco de proyectos de innovación, priorizarlos y fortalecer su cultura de innovación; seis de ellas recibieron acompañamiento individual para la formulación y presentación de su proyecto I+D+i a la convocatoria 939 de Minciencias con el propósito de acceder a los beneficios tributarios. En dicho acompañamiento se concluyó exitosamente la formulación de cinco proyectos por valor cercano a los

\$6.100 millones de pesos, de los cuales cuatro fueron aprobados.

A través de esta convocatoria de beneficios tributarios para las Mipymes contribuyentes del impuesto de renta podrán acceder al beneficio de deducción y descuento, o al beneficio tributario de crédito fiscal estipulado en el artículo 256-1 del Estatuto tributario, que establece un crédito fiscal por un valor del 50% de la inversión realizada en CTel (Ciencia, tecnología e innovación) y otros impuestos nacionales.

Colombia ocupa el primer lugar como el país que entrega el beneficio tributario más generoso del mundo (fuente: OECD 2020). El cupo de beneficios tributarios asignado en Colombia viene creciendo de manera constante desde 2010, en el cual se asignaron \$253.900 millones de pesos, para 2021 fue de \$1.900 millones y para el 2022 se ha asignado un cupo de \$2.1 Billones de pesos, oportunidad que de ninguna manera pueden dejar de aprovechar las diferentes empresas del país (fuente: Minciencias 2022). Esto además nos motiva para seguir trabajando por la competitividad y el desarrollo de la región por vía de la innovación.

# NeuroCity®

un aliado para comenzar a pensar

# diferente



Cámara de Comercio  
de Manizales por Caldas

Acompañamos a las MiPymes de todo el país a través de proyectos, programas y workshops especializados en creatividad e innovación, para fortalecer sus competencias y capacidades, generando nuevos productos y servicios que transformen las capacidades en región.



[neurocity@ccm.org.co](mailto:neurocity@ccm.org.co)



[@LaboratorioNeurocity](https://www.facebook.com/LaboratorioNeurocity)



[@neurocity](https://www.instagram.com/neurocity)

**Empresarios**

