
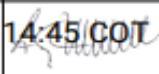
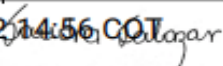
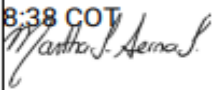






|                              |   |  |  |
|------------------------------|---|--|--|
| <b>VERSIÓN</b><br>2022-11-23 | <b>SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD</b> |  | <br>Cámara de Comercio<br>de Manizales por Caldas |
|                              | <b>PLAN DE ACCIÓN 2022</b>              |  |  |

| <b>COMPILO</b>  | <b>REVISÓ</b>  |                       |   | <b>APROBÓ</b>   |
|---|--|-----------------------|---|---|
|   | <b>CARGO</b>   | <b>FECHA</b>          | <b>FIRMA</b>  |   |
| <b>CARGO:</b><br>Profesional de Planeación y Finanzas   | Directora Unidad Administrativa y Financiera         | dic 02 2022 14:45 COT |    | <b>CARGO:</b><br>Presidenta Ejecutiva   |
| Profesional de Planeación y Finanzas  | Directora Unidad de Registro y Asuntos Jurídicos     | Nov 29 2022 14:56 COT |   |   |
| <b>FECHA:</b><br>2022-11-23   | Directora Unidad de Innovación y Desarrollo Regional | dic 01 2022 18:38 COT |  | <b>FECHA:</b><br>dic 02 2022 14:51 COT  |
| 2022-11-23  | Directora Unidad de Desarrollo Empresarial           | dic 02 2022 09:51 COT |  |   |
| <b>FIRMA:</b>  | Profesional de Control Interno                       | Nov 29 2022 10:10 COT |  | <b>FIRM</b>  |



**Cámara de Comercio**  
de Manizales por Caldas

# **PLAN DE ACCIÓN 2022**

# MEGA

Para el 2023 la Cámara de Comercio de Manizales por Caldas:

Tendrá ingresos por \$20.000 millones.

Alcanzará una cobertura del 40% de los matriculados con servicios empresariales.

Contribuirá al incremento de las ventas en mínimo un 25% en las empresas que acceden a servicios específicos de fortalecimiento y crecimiento empresarial.

# **VISIÓN**

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

# **PROPÓSITO**

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

# MISIÓN

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

# FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

## Visión

ser el mejor socio de los empresarios y de la región

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

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

**Registro y  
Conciliación**

**Proyectos de  
Largo Plazo**

### Programas Transversales:

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

**Eficiencia operacional**

**Medición y Reporte de Impacto**

# OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

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

# ATRIBUTOS INSTITUCIONALES

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

**Transparente:** cuidamos de manera impecable los recursos que administramos.

**Innovadora:** impulsamos y generamos una cultura de innovación.

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



# VALORES INSTITUCIONALES

**Actitud de servicio:** somos cálidos y empáticos en nuestras relaciones y pertinentes en nuestras acciones.

**Transparencia:** somos responsables y éticos en nuestras actuaciones y en la gestión de los recursos.

**Confianza:** actuamos con certeza, compromiso y pasión.

**Innovación:** proponemos y hacemos las cosas de manera diferente transformando las ideas en realidad.

PLAN DE ACCIÓN UNIDAD DE REGISTRO Y ASUNTOS JURÍDICOS 2022

Objetivo de la Unidad: cumplimos con las funciones delegadas por el Estado de llevar los registros públicos, ofreciendo un servicio ágil, eficiente y con calidad, procurando un alto nivel de satisfacción y cercanía con nuestros usuarios.

Objetivos estratégicos a los que contribuye: 1. Alcanzar la eficiencia operacional en registro y conciliación y aprovechar el acceso a la información de los empresarios y comerciantes, para fortalecer la base de datos empresarial más actualizada y completa de la jurisdicción. 3: Promover iniciativas y acciones en torno a formalización, emprendimiento, innovación y fortalecimiento empresarial, asegurando que estas cumplan con los criterios definidos en el plan estratégico institucional.

| Acción                                      | Propósito  | Segmento          | Indicador de resultado e impacto                          |           | E   | F   | M    | A   | M   | J   | J   | A   | S   | O   | N   | D   | Presupuesto anual de egresos públicos | Presupuesto anual de ingresos públicos |  |     |
|---|--|-------------------|---|-----------|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------------------------------------|--|--|-----|
|   |  |                   | Nombre  | Meta 2022 |     |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |                                       |  |  |     |
| Temporada de renovación 2021 (306)          | Prestar un servicio ágil y eficiente y promover la renovación por canales no presenciales  | Todos             | Campaña ejecutada   | 1         | X   | X   | X    | X   |     |     |     |     |     |     |     |     |                                       | \$ 62.850.000                          |  |     |
|   |  |                   | Satisfacción de los comerciantes atendidos                | >90%      |     |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |                                       |  |  | 90% |
|   |  |                   | Aumentar las renovaciones por canales no presenciales     | 20%       |     |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |                                       |  |  | 20% |
| Programa Corresponsales CCMPC (317)         | Facilitar el acceso a los servicios de renovación y expedición de certificados a nuestros usuarios contando con puntos de servicio en diferentes partes de la ciudad | Todos             | Número de nuevos corresponsales Cámara                    | 4         |     |     |      |     |     | 4   |     |     |     |     |     |     |                                       | \$ 112.100.000                         |  |     |
|   |  |                   | Comerciantes que realizan su renovación                   | 1700      | 150 | 350 | 1000 | 50  | 50  | 20  | 20  | 20  | 10  | 10  | 10  | 10  |                                       |  |  |     |
|   |  |                   | N° de certificados expedidos                              | 400       | 50  | 80  | 100  | 50  | 20  | 20  | 20  | 20  | 10  | 10  | 10  | 10  |                                       |  |  |     |
|   |  |                   | Estrategia de Comunicación                                | 1         |     |     | 1    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |                                       |  |  |     |
|   |  |                   | Satisfacción de los comerciantes atendidos                | >90%      |     |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |                                       |  |  | 90% |
| Programa Brigadas para la Renovación (317)  | Facilitar la renovación a los empresarios mas pequeños como una forma entregarles servicios  | Micro 1 y Micro 2 | N° de comerciantes asesorados (formularios diligenciados) | 2300      | 100 | 700 | 1500 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |                                       | \$ 112.100.000                         |  |     |
|   |  |                   | % Efectividad renovación formularios diligenciados        | 80%       |     |     |      |     | 80% |     |     |     |     |     |     |     |                                       |  |  |     |
|   |  |                   | N° Jornadas de renovación en corresponsales               | 10        |     | 2   | 8    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |                                       |  |  |     |
|   |  |                   | Satisfacción de los comerciantes atendidos                | >95%      |     |     |      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |                                       |  |  | 95% |
| Programa de Formalización Empresarial (317) | Facilitar a los empresarios su tránsito a la formalidad  | Todos             | N° de asesorías de formalización                          | 6600      | 600 | 700 | 800  | 700 | 650 | 600 | 550 | 500 | 450 | 400 | 350 | 300 |                                       |  |  |     |
|   |  |                   | N° de comerciantes formalizados                           | 6800      | 650 | 750 | 900  | 750 | 700 | 650 | 600 | 550 | 500 | 450 | 200 | 100 |                                       |  |  |     |
|   |  |                   | Plan de promoción   | 1         |     |     |      |     |     | 1   |     |     |     |     |     |     |                                       |  |  |     |

PLAN DE ACCIÓN UNIDAD DE REGISTRO Y ASUNTOS JURÍDICOS 2022

Objetivo de la Unidad: cumplimos con las funciones delegadas por el Estado de llevar los registros públicos, ofreciendo un servicio ágil, eficiente y con calidad, procurando un alto nivel de satisfacción y cercanía con nuestros usuarios.

Objetivos estratégicos a los que contribuye: 1. Alcanzar la eficiencia operacional en registro y conciliación y aprovechar el acceso a la información de los empresarios y comerciantes, para fortalecer la base de datos empresarial más actualizada y completa de la jurisdicción. 3. Promover iniciativas y acciones en torno a formalización, emprendimiento, innovación y fortalecimiento empresarial, asegurando que estas cumplan con los criterios definidos en el plan estratégico institucional.

| Acción  | Propósito  | Segmento   | Indicador de resultado e impacto   |           | E | F | M | A   | M   | J   | J   | A   | S   | O  | N   | D | Presupuesto anual de egresos públicos | Presupuesto anual de ingresos públicos |  |     |      |
|---|--|--|--|-----------|---|---|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|-----|---|---------------------------------------|--|--|-----|------|
|   |  |  | Nombre   | Meta 2022 |   |   |   |     |     |     |     |     |     |    |     |   |                                       |  |  |     |      |
| Programa Plan Amigos (317)  | Facilitar la renovación a los empresarios que no renovaron en el plazo establecido                                       | Micro 1 y 2  | N° de comerciantes asesorados (formularios diligenciados)                        | 1050      |   |   |   | 200 | 200 | 200 | 200 | 100 | 100 | 50 |     |   |                                       |  |  |     |      |
|   |  |  | % Efectividad renovación formularios diligenciados                               | 80%       |   |   |   |     |     |     |     |     |     |    |     |   |                                       |  |  | 80% |      |
|   |  |  | Satisfacción de los comerciantes atendidos                                       | >95%      |   |   |   |     |     |     |     |     |     |    |     |   |                                       |  |  |     | 95%  |
| Programa "Cámara en Tu Empresa- línea jurídica"                               | Acompañar a los empresarios de manera personalizada en los trámites que le implican mayor dificultad                     | Micro 3, 4, pequeñas, medianas y grandes, Municipios   | N° de asesorías brindadas  | 70        | 4 | 5 | 9 | 8   | 6   | 8   | 5   | 5   | 5   | 5  | 5   | 5 |                                       |  |  |     |      |
|   |  |  | Disminuir el número de devoluciones de documentos de quienes reciben el servicio | 100%      |   |   |   |     |     |     |     |     |     |    |     |   |                                       |  |  |     | 100% |
| Registro Único de Proponentes en la contratación pública                      | Apoyar proactivamente a los empresarios para facilitar su RUP y a las entidades estatales para mejorar el uso del mismo. | Micro 3, 4, pequeñas, medianas y grandes. Entidades Estatales  | Capacitación con entidades estatales   | 2         |   |   |   |     | 1   |     |     | 1   |     |    |     |   |                                       |  |  |     |      |
|   |  |  | Landing del RUP en funcionamiento  | 1         |   |   |   |     |     |     | 1   |     |     |    |     |   |                                       |  |  |     |      |
| Plan de capacitación en temas jurídicos y de registro                         | Generar mayor conocimiento y competencia en nuestros empresarios sobre sus deberes legales y facilitar su cumplimiento   | Micro 3, 4, pequeñas, medianas y grandes   | N° de capacitaciones y/o eventos de formación realizados                         | 4         |   | 1 | 1 |     |     |     | 1   |     |     | 1  |     |   |                                       |  |  |     |      |
|   |  |  | Porcentaje de empresas que encuentran pertinente la capacitación                 | 90%       |   | x | x |     |     |     |     | x   |     |    | x   |   |                                       |  |  |     |      |
|   |  |  | N° de participantes en los espacios de formación                                 | 130       |   | x | x |     |     |     |     | x   |     |    | x   |   |                                       |  |  |     |      |
| Realizar el XXIII Simposio Nacional del Derecho Empresarial y Comercial (303) | Promover la cultura jurídica de la región  | Abogados, estudiantes de derecho, jueces, profesionales de carreras afines, asesores legales de las empresas | Simposio Realizado   | 1         |   |   |   |     |     |     |     |     |     | 1  |     |   |                                       |  |  |     |      |
|   |  |  | Porcentaje de asistentes que encuentran pertinente el evento                     | >90%      |   |   |   |     |     |     |     |     |     |    | 90% |   |                                       |  |  |     |      |
|   |  |  | No. de participantes   | 200       |   |   |   |     |     |     |     |     |     |    | 200 |   |                                       |  |  |     |      |
| \$ 15.171.000   |  |  |  |           |   |   |   |     |     |     |     |     |     |    |     |   |                                       |  |  |     |      |

PLAN DE ACCIÓN UNIDAD DE REGISTRO Y ASUNTOS JURÍDICOS 2022

Objetivo de la Unidad: cumplimos con las funciones delegadas por el Estado de llevar los registros públicos, ofreciendo un servicio ágil, eficiente y con calidad, procurando un alto nivel de satisfacción y cercanía con nuestros usuarios.

Objetivos estratégicos a los que contribuye: 1. Alcanzar la eficiencia operacional en registro y conciliación y aprovechar el acceso a la información de los empresarios y comerciantes, para fortalecer la base de datos empresarial más actualizada y completa de la jurisdicción. 3: Promover iniciativas y acciones en torno a formalización, emprendimiento, innovación y fortalecimiento empresarial, asegurando que estas cumplan con los criterios definidos en el plan estratégico institucional.

| Acción  | Propósito   | Segmento   | Indicador de resultado e impacto           |           | E   | F   | M   | A   | M   | J   | J   | A   | S   | O   | N  | D  | Presupuesto anual de egresos públicos | Presupuesto anual de ingresos públicos |
|---|---|--|--|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|----|---------------------------------------|--|
|   |   |  | Nombre                                     | Meta 2022 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |    |                                       |  |
| Ventanilla Única Empresarial - VUE (304)  | Facilitar la actividad empresarial, eliminar barreras a la formalidad y mejorar la competitividad.  | Micro 1, 2, 3, 4, pequeñas, medianas y grandes             | Nro de empresas creadas a través de la VUE | 600       | 50  | 60  | 60  | 60  | 60  | 50  | 50  | 50  | 50  | 50  | 30 | 30 | \$ 88.000.000                         | \$ 7.101.000                           |
| Mejora de procesos de simplificación de trámites y la articulación con entidades aliadas para creación de empresa (304) | Facilitar la actividad empresarial, eliminar barreras a la formalidad   | Alcaldía, Gobernación, DIAN                                | Nro de reuniones                           | 4         |     | 1   |     |     | 1   |     |     | 1   |     |     | 1  |    |                                       |  |
| Observatorio de trámites (304)  | Buscar la simplificación a través del análisis y gestión de los trámites que los empresarios deben llevar a cabo en la creación y operación de empresa.   | Micro 1, 2, 3, 4, pequeñas, medianas y grandes             | observatorio creado y en funcionamiento    | 1         |     |     |     | 1   |     |     |     |     |     |     |    |    |                                       |  |
| Nuevo modelo de servicio "Revisión previa de documentos y cero papel" (304)   | Agilizar la prestación del servicio registral, reduciendo la devolución de documentos, las múltiples visitas de los usuarios a las sedes, la duplicidad al empresario a la hora de imprimir sus documentos y eliminar el soporte en papel para los trámites registrales | Micro 1, 2, 3, 4, pequeñas, medianas, grandes y municipios | Modelo implementado                        | 1         |     |     |     |     | 1   |     |     |     |     |     |    |    |                                       |  |
| Servicio virtual por omnicanalidad (304)  | Eliminar los tiempos de espera de los usuarios en las salas y ofrecerle la posibilidad de elegir el momento de la atención  | Micro 1, 2, 3, 4, pequeñas, medianas y grandes             | Segunda fase implementada                  | 1         |     |     |     |     |     | 1   |     |     |     |     |    |    |                                       |  |
|   |   |  | Satisfacción del usuario                   | >90%      |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |    |                                       |  |
| Campaña "realiza tus trámites sin intermediarios" (304)   | Motivar al comerciante a realizar sus trámites, sin intermediarios ni costos adicionales.   | Micro 1, 2, 3, 4, pequeñas, medianas y grandes             | Ejecutar campaña de promoción              | 1         |     |     |     |     |     |     |     |     | 1   |     |    |    |                                       |  |
| Mesa de ayuda (304)   | Brindar asesoría y acompañamiento a los usuarios en temas registrales, jurídicos y tributarios.   | Micro 1, 2, 3, 4, pequeñas, medianas y grandes             | Asesorías jurídicas                        | 1600      | 160 | 170 | 220 | 170 | 160 | 140 | 140 | 140 | 110 | 110 | 40 | 40 |                                       |  |
|   |   |  | Asesorías de trámite                       | 2000      | 200 | 200 | 300 | 200 | 200 | 200 | 150 | 150 | 150 | 150 | 50 | 50 |                                       |  |
|   |   |  | Asesorías tributarias                      | 100       |     | 5   | 15  | 15  | 10  | 10  | 10  | 10  | 10  | 5   | 5  | 5  |                                       |  |
| Campaña de promoción de los servicios registrales   | Divulgar los diferentes servicios registrales con los que cuenta la entidad   | Micro 1, 2, 3, 4, pequeñas, medianas y grandes             | Campaña ejecutada                          | 1         |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     | 1  |    |                                       |  |
|   |   |  | Servicios promocionados                    | 5         |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    | 5  |                                       |  |

PLAN DE ACCIÓN UNIDAD DE REGISTRO Y ASUNTOS JURÍDICOS 2022

Objetivo de la Unidad: cumplimos con las funciones delegadas por el Estado de llevar los registros públicos, ofreciendo un servicio ágil, eficiente y con calidad, procurando un alto nivel de satisfacción y cercanía con nuestros usuarios.

Objetivos estratégicos a los que contribuye: 1. Alcanzar la eficiencia operacional en registro y conciliación y aprovechar el acceso a la información de los empresarios y comerciantes, para fortalecer la base de datos empresarial más actualizada y completa de la jurisdicción. 3: Promover iniciativas y acciones en torno a formalización, emprendimiento, innovación y fortalecimiento empresarial, asegurando que estas cumplan con los criterios definidos en el plan estratégico institucional.

| Acción   | Propósito  | Segmento   | Indicador de resultado e impacto  |           | E  | F  | M | A | M | J   | J | A | S | O | N | D | Presupuesto anual de egresos públicos | Presupuesto anual de ingresos públicos |                |                |                |               |                |               |                |               |                |                |                |
|--|--|--|---|-----------|----|----|---|---|---|-----|---|---|---|---|---|---|---------------------------------------|--|----------------|----------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
|  |  |  | Nombre  | Meta 2022 |    |    |   |   |   |     |   |   |   |   |   |   |                                       |  |                |                |                |               |                |               |                |               |                |                |                |
| Plan de promoción de los servicios del centro (314)                          | Incentivar el uso de los servicios del Centro  | Abogados y Pequeñas, Medianas y Grandes empresas, personas naturales no comerciantes | Plan ejecutado  | 1         |    |    |   |   |   | 50% |   |   |   |   |   |   | 50%                                   | \$ 88.245.000                          | \$ 139.343.504 |                |                |               |                |               |                |               |                |                |                |
|  |  |  | Incremento en el uso de los servicios del Centro  | 10%       |    |    |   |   |   |     |   |   |   |   |   |   |                                       |  |                | 10%            |                |               |                |               |                |               |                |                |                |
| Servicio de Asesorías Jurídicas Especializadas (314)                         | Brindar una solución oportuna a una necesidad jurídica de los empresarios y particulares   | Particulares, Micro 3, Micro 4 y Pequeñas  | Nº de asesorías brindadas   | 20        |    | 2  | 2 | 2 | 2 | 2   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |   |                                       |  |                | \$ 88.245.000  | \$ 139.343.504 |               |                |               |                |               |                |                |                |
|  |  |  | Satisfacción de los comerciantes atendidos  | >90%      |    |    |   |   |   |     |   |   |   |   |   |   |                                       |  |                |                |                | 90%           |                |               |                |               |                |                |                |
| Servicio de conciliación en jornadas de rescate (314)                        | Brindar alternativas a empresarios para resolver conflictos originados en época de crisis 2020   | Matriculados 2021-2022 en la CCMPC   | Cantidad de audiencias celebradas   | 20        |    | 2  | 2 | 2 | 2 | 2   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |   |                                       |  |                |                |                | \$ 88.245.000 | \$ 139.343.504 |               |                |               |                |                |                |
|  |  |  | Satisfacción de los comerciantes atendidos  | >90%      |    |    |   |   |   |     |   |   |   |   |   |   |                                       |  |                |                |                |               |                | 90%           |                |               |                |                |                |
| Mes del Abogado (314)  | Celebrar el mes de nuestros aliados estratégicos a fin de incentivar el uso de los MASC  | Abogados   | Cantidad de audiencias solicitadas  | 10        |    |    |   |   |   |     | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |   |                                       |  |                |                |                |               |                | \$ 88.245.000 | \$ 139.343.504 |               |                |                |                |
| Masc cerca de ti Conciliemos (314)   | Atender las necesidades de los usuarios de Municipios y dar a conocer nuestros servicios.  | Comerciantes Municipios  | Cantidad de asesorías brindadas   | 20        | 10 | 10 |   |   |   |     |   |   |   |   |   |   |                                       |  |                |                |                |               |                |               |                | \$ 88.245.000 | \$ 139.343.504 |                |                |
| Mejoras en los procesos internos del área de digitación y certificados (310) | Disminuir los tiempos en la expedición de certificados y entregar información oportuna a los empresarios para evitar incumplimiento de sus deberes | Todos  | Procesos simplificados en el área de Certificados   | 2         |    |    |   |   |   | 1   |   |   |   |   |   |   | 1                                     |  |                |                |                |               |                |               |                |               |                | \$ 118.608.000 | \$ 118.608.000 |
|  |  |  | Disminución de tiempos en la expedición de certificados con nombramientos simples                     | 1         |    |    |   |   |   |     |   |   |   |   |   |   |                                       |  |                |                |                |               |                |               |                |               |                |                |                |
|  |  |  | Automatización de procesos (renovación RNT, declaración Industria y Comercio y certificado terminado) | 3         |    | 3  |   |   |   |     |   |   |   |   |   |   |                                       |  |                |                |                |               |                |               |                |               |                |                |                |
| Contact Center (310)   | Mejorar los niveles de atención  | Todos  | Nivel de atención   | > 94%     |    |    |   |   |   |     |   |   |   |   |   |   | 94%                                   | \$ 118.608.000                         | \$ 118.608.000 |                |                |               |                |               |                |               |                |                |                |
|  |  |  | Satisfacción del usuario  | > 90%     |    |    |   |   |   |     |   |   |   |   |   |   |                                       |  |                | 90%            |                |               |                |               |                |               |                |                |                |
| Versión 2.0 de CAMI y APP (310)  | Mejorar la interacción de nuestros usuarios con los canales no presenciales  | Micro 3, 4, pequeñas, medianas y grandes empresas, Municipios                        | Mejoras implementadas   | 2         |    |    |   |   |   |     |   |   |   |   |   |   | 2                                     |  |                | \$ 118.608.000 | \$ 118.608.000 |               |                |               |                |               |                |                |                |

PLAN DE ACCIÓN UNIDAD DE REGISTRO Y ASUNTOS JURÍDICOS 2022

Objetivo de la Unidad: cumplimos con las funciones delegadas por el Estado de llevar los registros públicos, ofreciendo un servicio ágil, eficiente y con calidad, procurando un alto nivel de satisfacción y cercanía con nuestros usuarios.

Objetivos estratégicos a los que contribuye: 1. Alcanzar la eficiencia operacional en registro y conciliación y aprovechar el acceso a la información de los empresarios y comerciantes, para fortalecer la base de datos empresarial más actualizada y completa de la jurisdicción. 3. Promover iniciativas y acciones en torno a formalización, emprendimiento, innovación y fortalecimiento empresarial, asegurando que estas cumplan con los criterios definidos en el plan estratégico institucional.

| Acción  | Propósito  | Segmento  | Indicador de resultado e impacto |   | E            | F            | M            | A            | M            | J             | J             | A             | S             | O             | N             | D             | Presupuesto anual de egresos públicos | Presupuesto anual de ingresos públicos |  |
|---|--|---|----------------------------------|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------------------------------|--|--|
|   |  |   | Nombre                           | Meta 2022                                   |              |              |              |              |              |               |               |               |               |               |               |               |                                       |  |  |
| Actividades de sensibilización del Sistema Preventivo de Fraudes - Sipref (304) | Prevenir y evitar actuaciones ilícitas provenientes de terceros sobre la información de los registros públicos.            | Micro 1, 2, 3, 4, pequeñas, medianas y grandes    | Campaña ejecutada                | 4   |              | 1            |              |              | 1            |               |               | 1             |               |               | 1             |               |                                       |  |  |
| Herramientas para la prestación del servicio CAE (304)                          | Plan operativo de soporte para la operación CAE  | N.A   | Plan soporte ejecutado           | 1   | 8,33%        | 8,33%        | 8,33%        | 8,33%        | 8,33%        | 8,33%         | 8,33%         | 8,33%         | 8,33%         | 8,33%         | 8,33%         | 8,33%         |                                       |  |  |
| Soporte del área de digitación y certificados (310)                             | Plan operativo de soporte para la prestación del servicio tanto a usuarios internos como externos                          | Todos   | Plan de soporte ejecutado        | 1   | 8,33%        | 8,33%        | 8,33%        | 8,33%        | 8,33%        | 8,33%         | 8,33%         | 8,33%         | 8,33%         | 8,33%         | 8,33%         | 8,33%         |                                       |  |  |
| Soporte operativo del área de Archivo (313)                                     | Prestación del servicio de manera ágil y oportuna para usuarios internos y externos  | Micro 1, 2, 3, 4, pequeñas, medianas y grandes    | Gestión realizada                | 1   | \$ 1.339.666 | \$ 1.339.666 | \$ 1.482.630 | \$ 1.481.723 | \$ 1.482.630 | \$ 6.482.630  | \$ 1.482.630  | \$ 1.482.630  | \$ 24.878.905 | \$ 1.482.630  | \$ 1.482.630  | \$ 1.482.630  |                                       |  |  |
| Servicios RUES 313  | Operación del servicio RUES  | Micro 1, 2, 3, 4, pequeñas, medianas y grandes    | Gestión realizada                | 1   | X            | X            | X            | X            | X            | X             | X             | X             | X             | X             | X             | X             |                                       |  |  |
| Prestar los servicios de MASC virtual y presencialmente (314)                   | Ser parte activa en la construcción de país desde la prestación de servicios autocompositivos de resolución de conflictos  | Toda la comunidad                                 | Ingresos del centro              | \$139.343.504                               | \$ 7.000.000 | \$ 7.000.000 | \$ 7.000.000 | \$ 9.000.000 | \$ 9.500.000 | \$ 13.043.504 | \$ 13.500.000 | \$ 13.800.000 | \$ 14.000.000 | \$ 15.000.000 | \$ 15.000.000 | \$ 15.500.000 |                                       |  |  |
| Servicio de conciliación en jornadas gratuitas (314)                            | Contribuir en la construcción de tejido social por medio de la conciliación como herramienta de solución de conflictos     | Estratos 1 y 2                                    | Solicitudes atendidas            | 5% de las audiencias atendidas en 2021 (10) |              |              |              | 5            |              |               |               |               | 5             |               |               |               |                                       |  |  |
| Realizar comités de conciliadores (314)   | Hacer a los conciliadores partícipes de los pormenores del Centro de Conciliación y abrir debate a oportunidades de mejora | Abogados integrantes de la lista de conciliadores | Comites realizados               | 4   |              | 1            |              |              | 1            |               |               | 1             |               |               |               | 1             |                                       |  |  |
| Formación continuada a conciliadores nuevos y antiguos (314)                    | Brindar herramientas a los conciliadores para mejorar la calidad del servicio y la credibilidad en los MASC                | Abogados integrantes de la listas del centro      | Programa ejecutado               | 2 (1 conciliadores, 1 secretarios)          |              |              |              |              |              | 1             |               |               |               |               | 1             |               |                                       |  |  |
|   |  |   |                                  |   |              |              |              |              |              |               |               |               |               |               |               |               | \$ 40.901.000                         |  |  |
|   |  |   |                                  |   |              |              |              |              |              |               |               |               |               |               |               |               |                                       | \$ 139.343.504                         |  |

PLAN DE ACCIÓN UNIDAD DE REGISTRO Y ASUNTOS JURÍDICOS 2022

Objetivo de la Unidad: cumplimos con las funciones delegadas por el Estado de llevar los registros públicos, ofreciendo un servicio ágil, eficiente y con calidad, procurando un alto nivel de satisfacción y cercanía con nuestros usuarios.

Objetivos estratégicos a los que contribuye: 1. Alcanzar la eficiencia operacional en registro y conciliación y aprovechar el acceso a la información de los empresarios y comerciantes, para fortalecer la base de datos empresarial más actualizada y completa de la jurisdicción. 3: Promover iniciativas y acciones en torno a formalización, emprendimiento, innovación y fortalecimiento empresarial, asegurando que estas cumplan con los criterios definidos en el plan estratégico institucional.

| Acción  | Propósito                                    | Segmento                 | Indicador de resultado e impacto                    |           | E     | F     | M      | A     | M     | J     | J     | A     | S     | O     | N     | D     | Presupuesto anual de egresos públicos | Presupuesto anual de ingresos públicos |
|---|--|--------------------------|---|-----------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------------------------------|--|
|   |  |                          | Nombre  | Meta 2022 |       |       |        |       |       |       |       |       |       |       |       |       |                                       |  |
| Prestación del servicio público de registro (311) | Renovaciones de comerciantes                 | matriculados y inscritos | No. de renovaciones de comerciantes                 | 22.711    | 1.269 | 2.782 | 13.900 | 1.327 | 691   | 558   | 499   | 432   | 378   | 314   | 270   | 291   |                                       |  |
|   | Renovaciones de establecimientos de comercio |                          | No. de renovaciones de establecimientos de comercio | 18.766    | 1.133 | 2.648 | 11.977 | 923   | 392   | 318   | 310   | 301   | 232   | 193   | 170   | 169   |                                       |  |
|   | Renovaciones de ESAL                         |                          | No. de renovaciones de ESAL                         | 1.473     | 48    | 112   | 988    | 93    | 41    | 58    | 23    | 24    | 26    | 23    | 15    | 22    |                                       |  |
|   | Matrículas de comerciantes                   |                          | No. de matrículas de comerciantes RM                | 4.965     | 409   | 514   | 618    | 382   | 323   | 417   | 426   | 463   | 477   | 402   | 352   | 182   |                                       |  |
|   | Matrículas de establecimientos de comercio   |                          | No. de matrículas de establecimientos RM            | 2.707     | 207   | 283   | 332    | 202   | 158   | 222   | 244   | 257   | 278   | 230   | 199   | 95    |                                       |  |
|   | Vender formularios RM                        |                          | No. de formularios vendidos RM                      | 24.771    | 1.531 | 2.964 | 12.985 | 1.529 | 841   | 866   | 847   | 806   | 798   | 638   | 561   | 405   |                                       |  |
|   | Inscripciones en RM                          |                          | No. de inscripciones RM                             | 23.238    | 1.689 | 2.090 | 3.031  | 3.412 | 1.468 | 1.685 | 1.789 | 1.727 | 1.903 | 1.707 | 1.482 | 1.255 |                                       |  |
|   | Inscripciones ESAL                           |                          | No. de inscripciones ESAL                           | 1.322     | 55    | 71    | 132    | 242   | 138   | 96    | 114   | 133   | 91    | 87    | 68    | 95    |                                       |  |
|   | Inscripciones RUP                            |                          | No. de inscripciones RUP                            | 180       | 4     | 8     | 17     | 18    | 30    | 18    | 25    | 16    | 15    | 15    | 8     | 6     |                                       |  |
|   | Renovaciones RUP                             |                          | No. de renovaciones RUP                             | 538       | 0     | 3     | 81     | 343   | 94    | 16    | 1     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     |                                       |  |
|   | Actualizaciones RUP                          |                          | No. de actualizaciones RUP                          | 45        | 3     | 4     | 1      | 1     | 5     | 5     | 6     | 9     | 1     | 4     | 3     | 3     |                                       |  |
|   | Anotaciones RNT                              |                          | No. de anotaciones RNT                              | 1.450     | 133   | 212   | 582    | 328   | 40    | 15    | 20    | 30    | 20    | 20    | 20    | 30    |                                       |  |
|   | Expedir certificados RM                      |                          | No. de certificados RM                              | 57.006    | 4.434 | 5.023 | 6.232  | 4.492 | 4.052 | 4.385 | 4.747 | 4.837 | 5.064 | 4.686 | 5.062 | 3.992 |                                       |  |
|   | Expedir certificados ESAL                    |                          | No. de certificados ESAL                            | 3.721     | 243   | 317   | 457    | 306   | 264   | 301   | 306   | 325   | 319   | 286   | 299   | 298   |                                       |  |
|   | Expedir certificados RUP                     |                          | No. de certificados RUP                             | 1.882     | 78    | 123   | 190    | 202   | 218   | 162   | 194   | 154   | 156   | 161   | 129   | 115   |                                       |  |

## PLAN DE ACCIÓN UNIDAD DE DESARROLLO EMPRESARIAL 2022

**Objetivo de la Unidad:** contribuimos al fortalecimiento y crecimiento del tejido empresarial a través de programas pertinentes a las necesidades de nuestros empresarios

**Objetivo estratégicos al que contribuye:** 1: Alcanzar la eficiencia operacional en registro y conciliación

| Nombre y número del centro de costos    | Acción                     | Propósito   | Segmento   | Breve descripción  | Indicadores de Impactos y/o resultados   | Meta 2022 | E   | F   | M     | A   | M   | J   | J   | A   | S   | O   | N   | D | Presupuesto anual de egresos públicos por actividad |               |  |
|---|----------------------------|---|--|--|--|-----------|-----|-----|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---|---|---------------|--|
|   |                            |   |  |  | Nombre   |           |     |     |       |     |     |     |     |     |     |     |     |   |   |               |  |
| Servicios registrales municipios (1203) | Temporada de renovación    | Recaudar el mayor número de renovaciones dentro del término de ley, en los municipios de nuestra jurisdicción | Empresarios de los municipios de la jurisdicción de la CCMPC | Desarrollar la jornada de renovación en los 17 municipios de la jurisdicción a través de una estrategia en conjunto con la Unidad de Registro que permita lograr los objetivos propuestos en cuanto a renovaciones               | Temporada de renovación realizada  | 1         |     |     | 1     |     |     |     |     |     |     |     |     |   | \$ 48.000.000                                       |               |  |
|   |                            |   |  |  | N° de Empresarios renovados (PN y PJ) incluye empresarios renovados por el canal de corresponsales | 4.756     | 356 | 800 | 1.500 | 800 | 600 | 700 |     |     |     |     |     |   |   |               |  |
|   | Programa de Corresponsales | Acercar y facilitar los servicios de expedición de certificados y renovaciones en los municipios              | Empresarios de los municipios de la jurisdicción de la CCMPC | Un grupo de empresarios de la jurisdicción se convierten en aliados para ofrecer los servicios de renovación y expedición de certificados para lograr mayor cercanía y facilitar el acceso a los demás empresarios en municipios | N°. de certificados expedidos por este canal   | 1.399     |     | 200 | 300   | 115 | 112 | 112 | 112 | 112 | 112 | 112 | 112 |   |   | \$ 30.000.000 |  |
|   |                            |   |  |  | N°. de empresarios renovados por este canal  | 2.042     | 42  | 200 | 800   | 125 | 125 | 125 | 125 | 125 | 125 | 125 |     |   |   |               |  |
|   |                            |   |  |  | N° Eventos de Corresponsales realizados  | 1         |     |     |       |     |     |     |     |     |     |     |     |   | 1   |               |  |



PLAN DE ACCIÓN UNIDAD DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO REGIONAL 2022

Obejtivo estratégico al que le contribuye: 2. Promover grandes proyectos de largo plazo que impacten el departamento, en alianza con actores estratégicos

| ÁREA   | PROGRAMA   | PROPOSITO  | SEGMENTO  | INDICADORES DE IMPACTO Y RESULTADOS                           | METAS | E | F | M | A | M  | J | J | A | S | O | N | D  | EGRESOS PUBLICOS |    |
|--|--|--|---|---|-------|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|---|----|------------------|----|
| Cooperación para el Desarrollo Regional (1013) | Proyectos de Infraestructura acompañados en alianza con CIC - Centro de Observación para la Infraestructura de Caldas - COIC | Efectuar seguimiento y monitoreo a proyectos estratégicos que mejoran la competitividad del territorio       | Población de los municipios de la jurisdicción de la CCMPC y de la Región | N° de proyectos acompañados                                   | 10    |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   | 10 | \$ 75.000.000    |    |
|  |  |  |   | No. de Proyectos con porcentaje de avance                     | 5     |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   |    |                  | 5  |
|  |  |  |   | N° de estrategia de seguimiento a la construcción de Aerocafé | 1     |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   |    |                  |    |
|  | Programas de ciudad desarrollados en alianza con actores estratégicos  | Fortalecer la reactivación comercial del centro histórico de Manizales y de la plaza de mercado de Manizales | Micros 1, 2, 3 y 4  | N° de programas acompañados                                   | 2     |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   | 2  |                  |    |
|  |  |  |   | N° de empresas atendidas por los programas                    | 100   |   |   |   |   | 50 |   |   |   |   |   |   |    |                  | 50 |
|  |  |  |   | % de empresas con hechos de fortalecimiento y crecimiento     | 80%   |   |   |   |   |    |   |   |   |   |   |   |    |                  |    |

PLAN DE ACCIÓN UNIDAD ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA - AFILIADOS 2022

Objetivo de la Unidad:

Asesoramos, acompañamos, proponemos y ejecutamos acciones de soporte administrativo y financiero para el logro de los objetivos institucionales.

Objetivos Estratégicos y componentes de la Mega a los que contribuye:

Objetivo 1: Alcanzar la eficiencia operacional en registro y conciliación y aprovechar el acceso a la información de los empresarios y comerciantes, para fortalecer la base de datos empresarial más

Objetivo 3: Promover iniciativas y acciones en torno a formalización, emprendimiento, innovación y fortalecimiento empresarial, asegurando que estas cumplan con los criterios definidos en el plan estr

Objetivo 5. Alcanzar la eficiencia administrativa y financiera de la institución.

| Actividad   | Propósito   | Segmento   | Indicador de resultado   | Meta 2021 | E  | F   | M   | A  | M  | J  | J  | A  | S  | O  | N  | D | Egresos públicos |  |  |
|---|---|--|--|-----------|----|-----|-----|----|----|----|----|----|----|----|----|---|------------------|--|--|
| Programa de atención integral en trámites registrales (307) | Generar cercanía con los Afiliados y facilitarles el cumplimiento de sus deberes como comerciantes y afiliados. | Micro 1, Micro 2, Micro 3, Micro 4 y Municipios      | N°. de afiliados renovados a domicilio o acompañados virtualmente (están incluidos en la renovaciones totales) | 556       | 67 | 147 | 342 |    |    |    |    |    |    |    |    |   | \$ 21.780.000    |  |  |
|   |   |  | Satisfacción del servicio de renovación a domicilio  | >95%      |    |     |     | x  |    |    |    |    |    |    |    |   |                  |  |  |
|   |   | Micro 2, Micro 3, Micro 4, Pequeña, Mediana y Grande | N°. de afiliados RUES atendidos desde el programa  | 36        |    | 4   | 32  |    |    |    |    |    |    |    |    |   |                  |  |  |
|   |   |  | N°. de transacciones RUES realizadas   | 144       |    | 16  | 128 |    |    |    |    |    |    |    |    |   |                  |  |  |
|   |   |  | Cobertura de afiliados que tienen RUES, con el servicio de renovación a domicilio                              | 53%       |    |     | x   |    |    |    |    |    |    |    |    |   |                  |  |  |
|   |   |  | N°. de afiliados asesorados jurídicamente para renovación de RUP   | 45        |    | 15  | 27  | 3  |    |    |    |    |    |    |    |   |                  |  |  |
|   |   | Todos los segmentos                                  | Cobertura de afiliados que tienen RUP, con el servicio de asesoría jurídica                                    | 50%       |    |     |     | x  |    |    |    |    |    |    |    |   |                  |  |  |
|   |   |  | N°. de afiliados antiguos renovados (renovados totales)  | 1030      | 80 | 210 | 740 |    |    |    |    |    |    |    |    |   |                  |  |  |
| Proyectos Especiales  | Aportar a la ejecución de los proyectos especiales, garantizando que los afiliados se beneficien de             | Todos los segmentos                                  | Fidelidad de los afiliados que vienen de años anteriores   | 94%       |    |     | x   |    |    |    |    |    |    |    |    |   |                  |  |  |
|   |   |  | N°. de Afiliados vinculados en la plataforma A un Clic   | 100       |    | 5   | 5   | 10 | 10 | 10 | 15 | 15 | 10 | 10 | 10 |   |                  |  |  |
| Fortalecimiento del Gobierno Corporativo de la Entidad      | Garantizar un buen proceso de elecciones de junta directiva   | Todos los segmentos                                  | Porcentaje de Afiliados registrados en A un clic   | 30%       |    | 15  | 20  | 20 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 20 | 20 |   |                  |  |  |
|   |   |  | N°. de procesos de elecciones de Junta Directiva apoyados  | 1         |    |     |     |    |    |    |    |    |    |    |    |   | x                |  |  |

PLAN DE ACCIÓN UNIDAD DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO REGIONAL 2022

Obejivo estratégico al que le contribuye: 3. Promover iniciativas y acciones en torno a formalización, emprendimiento, innovación y fortalecimiento

| ÁREA                               | PROGRAMA  | PROPOSITO   | SEGMENTO                               | INDICADORES DE IMPACTO Y RESULTADOS  | METAS  | E | F | M | A | M | J   | J  | A | S  | O   | N  | D | INGRESOS PUBLICOS | EGRESOS PUBLICOS |                |      |  |
|------------------------------------|---|---|--|--|--|---|---|---|---|---|-----|----|---|----|-----|----|---|-------------------|------------------|----------------|------|--|
| Emprendimiento e Innovación (1007) | Fortalecimiento del ecosistema de emprendimiento e innovación regional (1007)           | Generar alianzas y trabajo en red con aliados del orden local, nacional e internacional, que incrementen las capacidades del ecosistema de emprendimiento e innovación regional y ayuden a posicionar el territorio en diferentes ámbitos | Micro, pequeña, mediana y gran empresa | No. De eventos de promoción de cultura emprendedora  | 3  |   |   |   |   |   | 1   |    |   | 1  |     |    | 1 |                   |                  |                |      |  |
|                                    |   |   |  | No. De participantes   | 400  |   |   |   |   |   | 130 |    |   |    | 130 |    |   |                   | 140              |                |      |  |
|                                    |   |   |  | No de espacios de relacionamiento y Networking - CONEXIONES CON EL ECOSISTEMA  | 1  |   |   |   |   |   |     |    |   | 1  |     |    |   |                   |                  |                |      |  |
|                                    |   |   |  | No. De participantes   | 30   |   |   |   |   |   |     |    |   | 30 |     |    |   |                   |                  |                |      |  |
|                                    |   |   |  | No. de jornadas de formación y entrenamiento a través de la transferencia de metodologías  | 2  |   |   |   |   |   |     | 1  |   |    |     |    |   | 1                 |                  |                |      |  |
|                                    |   |   |  | No. De participantes   | 50   |   |   |   |   |   |     | 25 |   |    |     |    |   | 25                |                  |                |      |  |
|                                    |   |   |  | No. de alianzas o iniciativas gestionadas en concertación con Cemrende   | 3  |   |   |   |   |   |     |    | 1 |    |     |    | 1 |                   | 1                |                |      |  |
|                                    | Programas para el fortalecimiento del emprendimiento de alto impacto (1007)             | Impulsar emprendimientos con modelos de negocio innovadores y potencial de crecimiento  | Micro 3, 4, pequeñas                   | No. de programas apoyados para fomentar el emprendimiento de alto impacto en la ciudad (Manizales Más)   | 1  |   |   |   |   |   |     |    | 1 |    |     |    |   |                   |                  |                |      |  |
|                                    |   |   |  | No. de empresas atendidas  | 15   |   |   |   |   |   |     |    |   | 15 |     |    |   |                   |                  |                |      |  |
|                                    |   |   |  | No. de programas de entrenamiento para la aceleración y plan de escalamiento   | 1  |   |   |   |   |   |     |    |   |    |     | 1  |   |                   |                  |                |      |  |
|                                    |   |   |  | No. de empresas atendidas  | 28   |   |   |   |   |   |     |    |   |    |     | 28 |   |                   |                  |                |      |  |
|                                    | Programas para el fortalecimiento del emprendimiento y la innovación empresarial (1007) | Fortalecer capacidades en emprendimiento e innovación, de tal manera que las empresas sofisticquen sus modelos de negocio, al igual que identifiquen productos y servicios con un alto componente de diferenciación en el mercado         | Micro 3, 4, pequeña y mediana          | No. de Programas que apoyan el emprendimiento y la innovación empresarial  | 3 (Empréndelo, Monarca con mirada internacional, Manizales Innova) |   |   |   |   |   |     |    |   |    |     |    |   |                   |                  |                |      |  |
|                                    |   |   |  | No. de empresas que fortalecen sus iniciativas desde la Innovación   | 65   |   |   |   |   |   |     |    |   |    |     |    |   |                   |                  |                | 65   |  |
|                                    |   |   |  | % de Empresas con resultados exitosos en programas de emprendimiento e innovación***   | >70%   |   |   |   |   |   |     |    |   |    |     |    |   |                   |                  |                | >70% |  |
|                                    |   |   |  | No. de Programas para incrementar las capacidades en emprendimiento e innovación en municipios de Caldas - EXPEDICIÓN E  | 1  |   |   |   |   |   |     |    |   |    |     |    |   |                   |                  |                | 1    |  |
|                                    |   | Promover espacios de conexión y visibilización con el propósito de acercar a empresarios y emprendedores a nuevos mercados y a capital inteligente  | Micro 3, 4, pequeña y mediana          | No. de empresas de municipios de la jurisdicción de la CCIMPC, que generan y/o incrementan capacidades para fortalecer sus emprendimientos e incorporan procesos de innovación | 30   |   |   |   |   |   |     |    |   |    |     |    |   |                   |                  | 30             |      |  |
|                                    |   |   |  | No. de eventos de conexión con propósito de mercado (Rueda)  | 2  |   |   |   |   |   |     | 1  |   |    |     |    |   |                   |                  |                | 1    |  |
|                                    |   |   |  | No. de comunidades de emprendimiento e innovación conformadas y activas  | 1  |   |   |   |   |   |     |    |   |    |     |    |   |                   |                  |                | 1    |  |
|                                    | No. de eventos de conexión con emprendedores que comparten experiencias                 | 2   |  |  |  |   |   |   | 1 |   |     |    |   | 1  |     |    |   |                   |                  |                |      |  |
|                                    |   |   |  |  |  |   |   |   |   |   |     |    |   |    |     |    |   |                   |                  | \$ 269.757.000 |      |  |

PLAN DE ACCIÓN UNIDAD DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO REGIONAL 2022

Objetivo estratégico al que le contribuye: 3. Promover iniciativas y acciones en torno a formalización, emprendimiento, innovación y fortalecimiento

| ÁREA  | PROGRAMA  | PROPOSITO  | SEGMENTO  | INDICADORES DE IMPACTO Y RESULTADOS   | METAS | E | F | M | A | M | J | J  | A | S   | O | N  | D   | INGRESOS PUBLICOS | EGRESOS PUBLICOS |                |  |  |
|---|---|--|---|---|-------|---|---|---|---|---|---|----|---|-----|---|----|-----|-------------------|------------------|----------------|--|--|
|   |   |  |   |   |       |   |   |   |   |   |   |    |   |     |   |    |     |                   |                  |                |  |  |
|   |   |  |   | No. de empresarios que conforman la red de mentores (comités estratégicos - junta directiva)              | 15    |   |   |   |   |   |   |    |   |     |   | 15 |     |                   |                  |                |  |  |
|   |   |  |   | No. de espacios de conexión entre industrias tradicionales y de economía naranja                          | 1     |   |   |   |   |   |   |    |   |     |   | 1  |     |                   |                  |                |  |  |
|   |   |  |   | No. De participantes en los espacios de conexión y visibilización   | 120   |   |   |   |   |   |   |    |   |     |   |    | 120 |                   |                  |                |  |  |
| Estrategia Pactos por la Innovación (1007-1)                    | Estrategia Pacto por la Innovación (1007-1)   | Fomentar la inversión en CTI y generar respuestas rápidas y asertivas a las demandas cambiantes  | Pequeña, mediana y grande   | No. de empresas con proyectos de CTI formulados y gestionados a convocatorias del SNCTI                   | 4     |   |   |   |   |   |   | 4  |   |     |   |    |     |                   |                  |                |  |  |
|   |   |  |   | No. de proyectos con incremento de nivel de madurez tecnológica. (TRL)                                    | 3     |   |   |   |   |   |   |    | 3 |     |   |    |     |                   |                  |                |  |  |
|   |   |  |   | No. de espacio de encuentro en temas de CTI   | 1     |   |   |   |   |   |   |    | 1 |     |   |    |     |                   |                  |                |  |  |
| Laboratorio de Creatividad e Innovación NeuroCity (1007-4)      | Ruta de Crecimiento NeuroCity (1007-4)  | Evolucionar los servicios que hoy brinda el Laboratorio, buscando una oferta mas sofisticada y acorde con las demandas actuales  | Micro 4, pequeñas, medianas y grandes empresas  | No. de empresas que generan habilidades para dar solución innovadora a sus retos y desafíos empresariales | 20    |   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 2 | 2   | 2 | 2  |     |                   |                  |                |  |  |
|   |   |  |   | No. de formatos de generación de habilidades  | 2     |   |   |   |   | 1 |   |    |   |     |   | 1  |     |                   |                  |                |  |  |
|   |   |  |   | % de satisfacción de los usuarios   | >90%  |   |   |   |   |   |   |    |   |     |   |    |     | >90%              |                  |                |  |  |
|   |   |  |   | No. de programas de aceleración en innovación empresarial   | 1     |   |   |   |   |   |   |    |   |     |   |    |     | 1                 |                  |                |  |  |
|   |   |  |   | % de Empresas con resultados exitosos en el programa de aceleración                                       | >70%  |   |   |   |   |   |   |    |   |     |   |    |     | >70%              |                  |                |  |  |
|   | No. de Servicios de Prototipado y validación diseñados y operando                               | 1  |   |   |       |   |   |   |   |   |   |    |   |     |   | 1  |     |                   |                  |                |  |  |
|   | Programas y Proyectos de CTI que fortalecen procesos de innovación en las empresas (1007-4)     | Posicionar a NeuroCity como el mejor aliado de la región y del país en temas de innovación   | Empresas de todos los tamaños, ESALES y Entidades interesadas por la innovación   | No. de nuevas iniciativas y/o programas de innovación   | 2     |   |   |   |   |   | 1 |    |   |     |   | 1  |     |                   | 500.000.000,00   | 313.936.242,00 |  |  |
|   | Innovación abierta y colaborativa para la solución de retos empresariales (1007-4)              | Ser un facilitador para el encuentro entre empresas y actores del ecosistema que fomente el trabajo colaborativo, combinando conocimiento y experiencia para generar nuevo valor a través de productos, servicios y procesos                 | Micro 4, pequeñas, medianas y grandes empresas, entidades del ecosistema  | No. de Lineas estratégicas de innovación abierta  | 1     |   |   |   |   |   |   |    |   |     |   |    | 1   |                   |                  |                |  |  |
|   | No. de retos pilotados  | 2  |   |   |       |   |   |   |   |   |   |    |   |     |   |    | 2   |                   |                  |                |  |  |
|   | Visibilizar a NeuroCity a través de espacios de encuentro (1007-4)                              | Generar reconocimiento, recordación y posicionamiento del Laboratorio, a través de formatos diferentes, que inviten a conocer y apropiar nuevos conocimientos, tanto en la comunidad empresarial, como académica y sociedad civil en general | Empresas de todos los tamaños, ESALES y Entidades interesadas por la innovación   | No. de eventos liderados desde NeuroCity  | 1     |   |   |   |   |   |   | 1  |   |     |   |    |     |                   |                  |                |  |  |
| No. de charlas inspiradoras                                     |   |  |   | 4   |       |   |   | 1 |   |   |   |    |   | 1   |   |    | 1   |                   |                  |                |  |  |
| No. de actividad de gran formato (tipo hackaton)                |   |  |   | 1   |       |   |   |   |   |   |   |    |   |     |   | 1  |     |                   |                  |                |  |  |
| No. De participantes  | 150   |  |   |   |       |   |   |   |   |   |   |    |   | 150 |   |    |     |                   |                  |                |  |  |
| Cooperación Internacional para el Desarrollo Empresarial (1013) | Impulsar el crecimiento empresarial a través de la transferencia de conocimientos y tecnologías | Micro 4, Pequeñas, Medianas y Grandes  | No. de estrategias desarrolladas para el fortalecimiento y articulación del ecosistema de cooperación internacional de Caldas | 1   |       |   |   |   |   |   |   |    |   |     |   |    |     | 1                 |                  |                |  |  |
|   |   |  | No. de empresas atendidas con asistencias técnicas  | 25  |       |   |   |   |   |   |   | 12 |   |     |   |    |     |                   | 13               |                |  |  |
|   |   |  | % de las empresas reportan hechos de crecimiento***   | 80 %  |       |   |   |   |   |   |   |    |   |     |   |    |     |                   | 80%              |                |  |  |
|   |   |  | No. de proyectos gestionados ante fuentes de cooperación nacional e internacional   | 3   |       |   |   |   | 1 |   |   |    |   |     | 1 |    |     |                   | 1                |                |  |  |

PLAN DE ACCIÓN UNIDAD DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO REGIONAL 2022

Objetivo estratégico al que le contribuye: 3. Promover iniciativas y acciones en torno a formalización, emprendimiento, innovación y fortalecimiento

| ÁREA   | PROGRAMA  | PROPOSITO   | SEGMENTO                              | INDICADORES DE IMPACTO Y RESULTADOS   | METAS             | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D           | INGRESOS PUBLICOS | EGRESOS PUBLICOS |                |     |  |
|--|---|---|---------------------------------------|---|-------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-------------|-------------------|------------------|----------------|-----|--|
| Cooperación para el Desarrollo Regional (1013) | Promoción de la región como destino de inversión y negocios a nivel nacional e internacional - Invest in Manizales (1013) | Impulsar el desarrollo económico de Manizales y Caldas mediante la atracción de inversión | Micro 4, Pequeñas, Medianas y Grandes | Recursos de cooperación técnica y financiera gestionados  | \$ 450.000.000    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 450.000.000 |                   | \$ 47.000.000    |                |     |  |
|  |   |   |                                       | Monto de inversión extranjera directa   | \$ 34.000.000.000 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |             |                   |                  | 34.000.000.000 |     |  |
|  |   |   |                                       | No. de inversionistas instalados  | 6                 |   |   |   |   |   |   | 2 |   |   |   |   |             |                   |                  |                | 4   |  |
|  |   |   |                                       | No. de nuevos empleos generados   | 120               |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |             |                   |                  |                | 120 |  |
|  |   |   |                                       | No. de estrategias ejecutadas para la atracción de empresas y talento a la región                           | 1                 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |             |                   |                  |                | 1   |  |
|  |   |   |                                       | No. de programas acompañados para la generación de capacidades en Inglés para el Empleo y la Competitividad | 1                 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 1           |                   |                  |                |     |  |

\*\*\* Emprendimiento e Innovación: Mide el número de empresas con resultados exitosos después de culminar el programa de emprendimiento e innovación, los resultados pueden ser: incremento en ventas, variación en la utilidad, nuevos mercados, nuevos productos o servicios, \*\*\* Cooperación Internacional: Hechos de crecimiento medidos en términos de: Nuevos clientes, Estandarización o Ajustes de procesos empresariales, Mejoras a productos o servicios actuales, Nuevas alianzas estratégicas.

PLAN DE ACCION UNIDAD DE DESARROLLO EMPRESARIAL 2022

Objetivo de la Unidad: contribuimos al fortalecimiento y crecimiento del tejido empresarial a través de programas pertinentes a las necesidades de nuestros empresarios

Objetivo estratégico al que contribuye: 3. promover iniciativas y acciones en torno a formalización, emprendimiento, innovación y fortalecimiento empresarial, asegurando que estas se cumplan

| Nombre y número del centro de costos                             | Acción   | Propósito  | Segmento  | Breve descripción  | Indicadores de Impactos y/o resultados   | Meta 2022   | E | F  | M   | A   | M   | J   | J   | A   | S   | O   | N   | D  | Presupuesto anual de egresos públicos por actividad | Presupuesto anual de egresos públicos global por centro de costos | Presupuesto anual de ingresos públicos |   |   |  |  |
|--|--|--|---|--|--|---|---|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|---|---|--|---|---|--|--|
|  |  |  |   |  | Nombre   |   |   |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
| Fortalecimiento empresarial municipios (1205)                    | Eventos de fortalecimiento empresarial en Municipios realizados  | Aportar conocimientos a los empresarios y sus equipos de trabajo   | Empresarios de los municipios de la jurisdicción  | Comprende actividades de fortalecimiento empresarial como Programa Vender Más, Capacitaciones, clínica empresarial, ruta de fortalecimiento de mujeres empresarias y participación en misiones y ferias.   | N° de eventos de fortalecimiento empresarial realizados                          | 22  |   | 2  |     | 2   | 2   | 3   | 1   | 3   | 1   | 4   | 4   |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  | Clínica Empresarial en Municipios  | Atender de manera personalizada a empresarios con dificultades o que están recién matriculados, para acompañarlos en búsqueda de la sostenibilidad de sus negocios | Recién matriculados, Micros, pequeñas empresas y ESALES   | Asesoría personalizada a través del consultorio empresarial  | N° de empresas asesoradas en temas empresariales                                 | 50  |   |    | 5   | 5   | 6   | 6   | 6   | 6   | 6   | 6   | 5   | 5  |   |   |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   |  | Porcentaje de empresas participantes con hechos de fortalecimiento y crecimiento | 80%   |   |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   |  | Actividades de fortalecimiento   | No. de talleres realizados para nuevos matriculados | 2 |    |     |     |     |     |     |     | 1   |     |     |    |   |   |  | 1 |   |  |  |
|  |  |  |   |  |  | No. de actividades de fortalecimiento               | 2 |    |     |     |     |     |     |     |     | 1   |     |    |   |   |  |   | 1 |  |  |
|  | Capacitaciones empresariales   | Aportar conocimientos a los empresarios y sus equipos de trabajo   | Empresarios de los municipios de la jurisdicción y ESALES   | Generación de espacios de formación para mantener informados y actualizados en temas empresariales o normativos a los empresarios  | N° de capacitaciones y/o eventos de formación realizados                         | 10  |   | 2  |     | 2   |     | 2   |     | 2   |     | 2   |     | 2  |   |   |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   |  | N° de participantes en los espacios de formación                                 | 350   |   | 70 |     | 70  |     | 70  |     | 70  |     | 70  |     | 70 |   | 70  |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   |  | Porcentaje de empresas que encuentran pertinente la capacitación                 | 90%   |   |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  | Programa Vender Más  | Fortalecer las habilidades comerciales de los empresarios participantes  | Empresarios de los municipios de la jurisdicción  | Entrenamiento para gerentes y equipos de trabajo que mejora la estrategia comercial de los empresarios y reta a crecer   | N° de programas desarrollados  | 1   |   |    |     |     |     |     |     | 1   |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   |  | N° de empresas participantes del programa  | 15  |   |    |     |     |     |     |     |     |     | 15  |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   |  | Porcentaje de empresas participantes con hechos de fortalecimiento y crecimiento | 70%   |   |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  | Apoyo a eventos culturales y de activación cultural  | Difundir eventos regionales a través de la publicidad y visibilidad de la marca CCMP   | Municipios de la jurisdicción   | Posicionar la marca CCMP a través de la participación activa en los eventos culturales de los municipios   | N° de eventos apoyados   | 10  |   |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   |  | Porcentaje de empresas que encuentran pertinente la capacitación                 | 90%   |   |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  | Participación en misiones, ferias y/o eventos comerciales  | Ampliar las redes de contacto, conocer buenas prácticas de empresas y propiciar espacios de negociación  | Empresarios de los municipios de la jurisdicción  | Apoyo a los empresarios con el fin de que participen en diferentes eventos comerciales para ampliar sus contactos, clientes o proveedores  | N° de empresas participantes   | 15  |   |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
| Porcentaje de empresas que generan nuevos contactos y/o negocios |  |  |   |  | 80%  |   |   |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
| Rueda de Negocios Multisectorial                                 | Generar espacios de negociación y promoción de sus productos y servicios   | Empresarios de los municipios de la jurisdicción   | Espacio que permite a los empresarios participantes generar citas de negocio y posibles cotizaciones y/o ventas             | N° de eventos de promoción   | 1  |   |   |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   | N° de empresarios participantes  | 20   |   |   |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
| Ruta de Fortalecimiento Mujeres Empresarias                      | Ofrecer un programa dirigido a las mujeres empresarias con el ánimo de fortalecer sus competencias empresariales | Micros 3 y 4, Pequeñas Empresas  | Programa que permite a las mujeres empresarias contar con una ruta de acompañamiento en el sueño de hacer crecer su empresa | Porcentaje de empresas que generan nuevos contactos, alianzas y/o proveedores  | 80%  |   |   |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   | No. de talleres realizados para fortalecer competencias empresariales  | 2  |   |   |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   | No. de empresas que reciben asesoría personalizada   | 20   |   |   |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   | No. de actividades de networking   | 1  |   |   |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
| Fortalecimiento Empresarial Manizales (1209)                     | Eventos de fortalecimiento empresarial en Manizales realizados   | Aportar conocimientos a los empresarios y sus equipos de trabajo   | Micros 3, 4, pequeñas, medianas y grandes   | Comprende actividades de fortalecimiento empresarial como Programa Vender Más, Capacitaciones, Clínica Empresarial, ruta de fortalecimiento de mujeres empresarias y programa de fortalecimiento sectorial | N° de eventos de fortalecimiento empresarial realizados                          | 26  |   | 2  | 1   | 4   | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  | Programa Vender Más  | Fortalecer las habilidades comerciales de los empresarios participantes  | Micro 4, Pequeñas y medianas empresas   | Entrenamiento para gerentes y equipos de trabajo que mejora la estrategia comercial de los empresarios y reta a crecer   | N° de programas desarrollados  | 2   |   |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   |  | N° de empresas participantes del programa  | 30  |   |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   |  | Porcentaje de empresas participantes con hechos de fortalecimiento y crecimiento | 70%   |   |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  | Clínica Empresarial  | Atender de manera personalizada a empresarios con dificultades o que están recién matriculados, para acompañarlos en búsqueda de la sostenibilidad de sus negocios | Recién matriculados, Micros, pequeñas empresas y ESALES   | Asesoría personalizada a través del consultorio empresarial  | Empresas atendidas   | 300   |   | 30 | 30  | 30  | 30  | 30  | 30  | 30  | 30  | 30  | 30  | 30 |   |   |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   |  | N° de empresas asesoradas en temas empresariales                                 | 150   |   |    | 15  | 20  | 15  | 15  | 20  | 20  | 15  | 20  | 10  |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   |  | Porcentaje de empresas participantes con hechos de fortalecimiento y crecimiento | 80%   |   |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   |  | Actividades de fortalecimiento   | No. de talleres realizados para nuevos matriculados | 5 |    |     | 1   |     | 1   |     | 1   |     | 1   |     | 1  |   |   |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   |  |  | No. de actividades de fortalecimiento               | 1 |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  | Capacitaciones empresariales   | Aportar conocimientos a los empresarios y sus equipos de trabajo   | Micros, pequeñas, medianas y grandes  | Generación de espacios de formación para mantener informados y actualizados en temas empresariales o normativos a los empresarios  | N° de visitas a empresarios para contar los servicios de CCMP                    | 2000  |   |    | 222 | 222 | 222 | 222 | 222 | 222 | 222 | 222 | 224 |    |   |   |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   |  | N° de capacitaciones y/o seminarios de formación realizados                      | 10  |   |    | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1  |   |   |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   |  | N° de participantes en los espacios de formación                                 | 450   |   |    | 45  | 45  | 45  | 45  | 45  | 45  | 45  | 45  | 45  | 45 | 45  |   |  |   |   |  |  |
|  |  |  |   |  | Porcentaje de empresas que encuentran pertinente la capacitación                 | 90%   |   |    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |    |   |   |  |   |   |  |  |

PLAN DE ACCION UNIDAD DE DESARROLLO EMPRESARIAL 2022

Objetivo de la Unidad: contribuímos al fortalecimiento y crecimiento del tejido empresarial a través de programas pertinentes a las necesidades de nuestros empresarios

Objetivo estratégicos al que contribuye: 3: promover iniciativas y acciones en torno a formalización, emprendimiento, innovación y fortalecimiento empresarial, asegurando que estas se cumplan

| Nombre y número del centro de costos                | Acción  | Propósito   | Segmento   | Breve descripción   | Indicadores de Impactos y/o resultados   |   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    | Presupuesto anual de egresos públicos por actividad | Presupuesto anual de egresos públicos global por centro de costos | Presupuesto anual de ingresos públicos |               |  |               |                |               |   |     |    |  |    |   |
|---|---|---|--|---|--|---|--|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|---|---|--|---------------|--|---------------|----------------|---------------|---|-----|----|--|----|---|
|   |   |   |  |   | Nombre   | Meta 2022   | E  | F   | M | A | M  | J  | J  | A  | S  | O  | N  |   |   |  | D             |  |               |                |               |   |     |    |  |    |   |
| Ruta de Fortalecimiento Mujeres Empresarias         | Ofrecer un programa dirigido a las mujeres empresarias con el ánimo de fortalecer sus competencias empresariales                      | Micros 3 y 4, pequeñas  | Programa que permite a las mujeres empresarias contar con una ruta de acompañamiento en el sueño de hacer crecer su empresa  | No. de talleres realizados para fortalecer competencias empresariales   | 3  |   |  |   |   | 1 |    |    |    | 1  |    | 1  |    |   |   | \$ 20.000.000                          |               |  |               |                |               |   |     |    |  |    |   |
|   |   |   |  | No. de empresarias que reciben asesoría personalizada   | 30   |   |  |   |   |   |    | 15 |    |    |    | 15 |    |   |   |  |               |  |               |                |               |   |     |    |  |    |   |
|   |   |   |  | No. de actividades de networking  | 1  |   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  | 1             |                |               |   |     |    |  |    |   |
|   | Programa para la transformación digital empresarial ejecutado   | Facilitar a los empresarios la apropiación de tecnología en sus procesos  | Micros 3 y 4 y Pequeñas empresas   |   | N° de programas ejecutados para la transformación digital empresarial  | 3   |  |   |   |   |    |    |    |    | 1  |    | 1  |   | 1   |  |               |  | \$ 20.000.000 |                |               |   |     |    |  |    |   |
|   |   |   |  |   | No. de talleres realizados para fortalecer competencias empresariales  | 3   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  |               |                |               | 1 |     |    |  |    |   |
|   |   |   |  |   | No. de empresarias que reciben asesoría personalizada  | 15  |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  |               |                |               |   | 5   |    |  |    |   |
| Programa de Fortalecimiento Sectorial               | Brindar un programa que fomente el trabajo en red a través de la identificación de oportunidades para fortalecer un sector específico | Micro 2, 3 y 4 (afiliados)  |  | N° de empresas participantes en una misión o feria comercial  | 15   |   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   | 15  |  | \$ 20.000.000 |  |               |                |               |   |     |    |  |    |   |
|   |   |   |  | Porcentaje de empresas que generan nuevos contactos y/o negocios  | 80%  |   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  |               |                |               |   | 80% |    |  |    |   |
|   |   |   |  |   |  |   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  |               |                |               |   |     |    |  |    |   |
| Transformación Digital Empresarial (1207 y 1207-5)  | Programa para la transformación digital empresarial ejecutado   | Facilitar a los empresarios la apropiación de tecnología en sus procesos  | Micros 3 y 4 y Pequeñas empresas   | Comprende programas como: Escuela de transformación digital, plataforma aunclic y vouchers digitales  | N° de programas ejecutados para la transformación digital empresarial  | 4   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   | 4   |  | \$ 15.000.000 |  |               | \$ 191.500.000 | \$ 50.000.000 |   |     |    |  |    |   |
|   |   |   |  | Escuela de transformación digital   | Alfabetizar y sensibilizar al tejido empresarial en procesos de transformación digital                                     | Micros, pequeñas y medianas empresas de Manizales y municipios de la jurisdicción | No. de eventos de sensibilización  | 5   |   |   | 1  |    | 1  |    |    |    | 1  |   |   |  |               |  |               |                |               | 1 |     |    |  |    |   |
|   |   |   |  |   |  |   | No. de maratones digitales   | 3   |   |   | 1  |    |    | 1  |    |    | 1  |   |   |  |               |  |               |                |               |   |     |    |  |    |   |
|   | No. de cursos rápidos digitales en ventas "Reactiva y reemplaza tu empresa en digital"  | 5   |  |   |  |   |  |   |   |   |    | 1  |    |    | 1  | 1  | 1  | 1   |   |  |               |  |               |                |               |   |     |    |  |    |   |
|   | Centro de Transformación Digital Empresarial (CTDE)   | Facilitar a los empresarios la apropiación de tecnología en sus procesos  | Micros, pequeñas y medianas empresas de Manizales y municipios de la jurisdicción  | Fortalecimiento empresarial a través de la transformación digital   | N° Empresas con Diagnósticos y Planes de transformación Digital empresarial Manizales                                      | 270   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   | 135                                    | \$ 70.000.000 |  |               |                |               |   |     |    |  |    |   |
|   |   |   |  |   | N° de empresas con soluciones digitales apropiadas Manizales   | 270   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  |               |                |               |   | 135 |    |  |    |   |
|   |   |   |  |   | N° Empresas con Diagnósticos y Planes de transformación Digital empresarial Municipios                                     | 120   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  |               |                |               |   |     | 60 |  |    |   |
|   |   |   |  |   | N° de empresas con soluciones digitales apropiadas municipios  | 80  |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  |               |                |               |   |     | 40 |  |    |   |
|   | Gestión de la plataforma www.aunclic.com.co   | Brindar una solución de comercio electrónico a los empresarios para incentivar el crecimiento de sus ventas   | Micros, pequeñas y medianas empresas de Manizales y municipios de la jurisdicción  | Gestionar la administración, operatividad, clientes, sellers y grupos de intereses de la plataforma   | Plan de mercado desarrollado   | 1   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   | 1                                      | \$ 61.000.000 |  |               |                |               |   |     |    |  |    |   |
|   |   |   |  |   | N° de empresarios gestionados en la plataforma   | 200   |  |   |   |   | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20  | 20  | 20                                     |               |  |               |                |               |   |     | 20 |  |    |   |
|   |   |   |  |   | N° de actividades de formación realizadas para el grupo de empresas de la plataforma                                       | 5   |  |   |   |   |    |    |    | 1  |    |    | 1  |   |   |  |               |  |               |                |               |   |     |    |  | 1  |   |
|   | Estrategia de marketing digital a un clic (1207-5)  | Ayudar a los empresarios a incrementar sus ventas a través de la utilización de una plataforma que conecta la oferta y la demanda de bienes y servicios de los empresarios con clientes potenciales | Micros, pequeñas y medianas empresas de Manizales y municipios de la jurisdicción  | Implementar una estrategia de marketing para el posicionamiento, reconocimiento y uso de la plataforma B2C  | Incremento Visibilidad (visitas micrositio)  | 12.000  |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   | 6000                                   | \$ 50.000.000 |  |               |                |               |   |     |    |  |    |   |
| N° de campañas promocionales realizadas             |   |   |  |   | 5  |   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  |               | 1              |               |   |     |    |  |    |   |
| Trafico Social (redes sociales)                     |   |   |  |   | 8.500  |   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  |               |                | 4250          |   |     |    |  |    |   |
| No. de empresas nuevas registradas                  |   |   |  |   | 200  |   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  |               |                | 100           |   |     |    |  |    |   |
| Proyecto vouchers digitales TIC                     | Apoyar a las empresas en el cierre de brechas digitales incorporando soluciones tecnológicas y digitales de mayor nivel               | Micros, pequeñas y medianas empresas de Manizales y municipios de la jurisdicción   | Beneficiar a mínimo 12 empresarios con la incorporación de tecnologías a la medida a través de la oferta TI local  | No. de empresarios asesorados y/o con apropiación tecnológica   | 10   |   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   | 10  | \$ 50.000.000                          |               |  |               |                |               |   |     |    |  |    |   |
|   |   |   |  | % Incremento en ventas de los sellers   | 10%  |   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  |               |                | 10%           |   |     |    |  |    |   |
| Iniciativas clúster identificadas y/o en desarrollo | Mejorar los niveles de productividad y lograr mayor sofisticación de sus productos y/o servicios                                      | Micro 2, 3 y 4, pequeñas, medianas y grandes. Productores lácteos   | Comprende actividades enfocadas a las iniciativas clúster identificadas y en desarrollo para lograr mayor sofisticación de los productos y servicios, así como acciones de fortalecimiento empresarial con empresarios y actores claves de los clúster en desarrollo | N° de iniciativas clúster identificadas y/o en desarrollo   | 6  |   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   | 6   | \$ 56.640.000                          |               |  |               |                |               |   |     |    |  |    |   |
|   |   |   |  | Actividades orientadas a la línea astillera de clúster, que incluye acciones para conocer el funcionamiento de unidades a flote, y acciones con enfoque comercial | N° de inmersiones en la industria astillera, marítima o naval realizadas   | 1   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  |               |                |               |   |     |    |  |    | 1 |
|   |   |   |  |   | N° de astilleros o armadores que realizan visitas a Manizales para conocer la oferta local                                 | 1   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  |               |                |               |   |     |    |  |    |   |
|   |   |   |  | Actividades orientadas a la línea construcción del clúster, que incluye acciones sobre conocimiento de tendencias en la industria y acciones de relacionamiento.  | N° de talleres realizados con orientación en tendencias de la industria de la construcción                                 | 1   |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  |               |                |               |   |     |    |  | 1  |   |
|   |   |   |  |   | N° de empresas de la línea de la construcción del clúster apoyadas para la generación o la mejora de su modelos de negocio | 15  |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  |               |                |               |   |     |    |  | 15 |   |
|   |   |   |  |   | N° de empresas de la línea de la construcción del clúster que mejoran sus habilidades comerciales                          | 15  |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  |               |                |               |   |     |    |  | 15 |   |
|   |   |   |  |   | N° de empresas de la línea de la construcción del clúster con asentamiento comercial                                       | 15  |  |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  |               |                |               |   |     | 15 |  |    |   |
|   |   |   |  | Clúster metalmeccánico de Manizales y Caldas  | Mejorar los niveles de productividad y lograr mayor sofisticación de sus productos y servicios                             | Micros 3 y 4, pequeñas, medianas y grandes empresas                               | Actividades orientadas a la línea de agroindustria del clúster, que incluye acciones sobre conocimiento de tendencias y de desarrollo de nuevos productos y servicios. | N° de talleres realizados con orientación en tendencias de agroindustria                      | 1 |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  |               |                |               |   |     | 1  |  |    |   |
|   |   |   |  |   |  |   |  | N° de empresas con desarrollo de nuevos productos y/o servicios orientados a la agroindustria | 6 |   |    |    |    |    |    |    |    |   |   |  |               |  |               |                |               |   |     |    |  | 6  |   |





PLAN DE ACCION UNIDAD DE DESARROLLO EMPRESARIAL 2022

Objetivo de la Unidad: contribuimos al fortalecimiento y crecimiento del tejido empresarial a través de programas pertinentes a las necesidades de nuestros empresarios

Objetivo estratégico al que contribuye: 3. promover iniciativas y acciones en torno a formalización, emprendimiento, innovación y fortalecimiento empresarial, asegurando que estas se cumplan

| Nombre y número del centro de costos   | Acción   | Propósito   | Segmento  | Breve descripción   | Indicadores de Impactos y/o resultados  |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   | Presupuesto anual de egresos públicos por actividad | Presupuesto anual de egresos públicos global por centro de costos | Presupuesto anual de ingresos públicos |                |               |     |     |     |
|--|--|---|---|---|---|---|---|--|----------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|----------------|---------------|-----|-----|-----|
|  |  |   |   |   | Nombre  | Meta 2022   | E   | F  | M                                | A | M | J | J | A | S | O | N |   |   |  | D              |               |     |     |     |
| Consolidación del Clúster de Confección y Moda del municipio de Risucio                        | Consolidar la iniciativa clúster para mejorar los niveles de productividad y lograr mayor sofisticación de sus productos y servicios | Micros, pequeñas, medianas y grandes empresas de Risucio  | Desarrollo de acciones que logren visibilizar, posicionar y mejorar las competencias de los empresarios de Risucio, que permita llevarlos a un contexto internacional más fortalecidos                | N° de empresas intervenidas con proyectos o estrategias clúster   | 15  |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   | 15  | \$ 43.836.600   |  |                |               |     |     |     |
|  |  |   |   | N° empresas fortalecidas en presentaciones efectivas (pitch) y en estrategias de negociación  | 10  |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                | 10            |     |     |     |
|  |  |   |   | N° de empresas con portafolios de producto digitales diseñados o mejorados y con presencia en redes sociales  | 10  |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               | 10  |     |     |
|  |  |   |   | Porcentaje de empresas participantes con hechos de fortalecimiento y crecimiento  | 80%   |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               | 80% |     |     |
|  | Nuevas iniciativas clúster identificadas y/o en desarrollo   | Identificar y consolidar nuevas iniciativas clúster de acuerdo al potencial del territorio  | Micros 3 y 4, pequeñas, medianas y grandes empresas   | Identificar y poner en marcha nuevas iniciativas clúster con potencial en el territorio   | N° de nuevas iniciativas clúster identificadas y en proceso   | 1   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   | 1   | \$ 32.000.000   |  |                |               |     |     |     |
|  |  |   |   |   | N° de eventos interclúster realizados   | 1   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               | 1   |     |     |
|  | Actividades interclúster   | Generar un espacio de valor donde se articulen las diferentes iniciativas clúster que se lideran desde la entidad   | Micros 3 y 4, pequeñas, medianas y grandes empresas   | Realización de encuentro anual interclúster donde se articulen las I.C. (incluye actividad académica, de relacionamiento y presentación de informe de las actividades realizadas en el año)                           | N° de empresas de las iniciativas clúster participantes en misiones, ferias y/o eventos comerciales | 15  |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   | 7   | 8   | 80%                                    |                |               |     |     |     |
|  |  |   |   |   | Porcentaje de empresas que generan nuevos contactos, alianzas y/o proveedores                       | 80%   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     |     |     |
|  |  |   |   |   | Contrato: y/o proceso ejecutados por servicios de consultoría especializada externa                 | \$ 50.000.000   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     |     |     |
|  | Servicios de consultoría especializada externa   | Brindar una solución oportuna a una necesidad empresarial   | Micros 3 y 4, pequeñas y medianas   | Servicio que permite a los empresarios recibir un acompañamiento más personalizado de acuerdo a necesidades puntuales. Con costo  | Porcentaje de satisfacción del servicio de consultoría prestado                                     | 90%   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   | \$ 0  |  |                |               |     |     |     |
|  |  |   |   |   |   |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     |     |     |
| Servicios para el crecimiento Empresarial (1216, 1216-1, 1216-2, 1216-4 y 1216-5)              | Programas para el crecimiento empresarial desarrollados  | Contribuir al aumento de la productividad de las empresas y al fortalecimiento de sus procesos de direccionamiento estratégico hacia el cumplimiento de metas MEGA                              | Micros, pequeñas, medianas y grandes empresas   | Comprende programas como: Desarrollo de Proveedores con rueda de negocios, Fábricas de Productividad y Empresas en Trayectoria MEGA   | N° de programas para el crecimiento empresarial   | 4   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   | 4   | \$ 20.000.000   |  |                |               |     |     |     |
|  |  |   |   |   | Programa desarrollo de proveedores  | Identificar y fortalecer empresas ancla y sus proveedores para el desarrollo de sus encadenamientos | Micros, pequeñas, medianas y grandes empresas | Programa que permite identificar empresas ancla con el fin de fortalecer a los empresarios proveedores que hacen parte de su cadena de valor, a través de diferentes actividades | N° de empresas ancla acompañadas | 2 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               | 2   |     |     |
|  | Rueda de negocios entre empresas ancla y posibles proveedores  | Generar relaciones comerciales entre empresarios de la región, incentivando la proveeduría local.   | Micros, pequeñas, medianas y grandes empresas   | Espacio de relacionamiento virtual y presencial que permite identificar nuevos proveedores para empresas ancla de la jurisdicción   | N° de empresas proveedoras acompañadas  | 10  |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 10  | \$ 44.000.000                          | \$ 273.572.000 | \$ 13.000.000 |     |     |     |
|  |  |   |   |   | Porcentaje de empresas que encuentran pertinente el acompañamiento                                  | 70%   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     |     |     |
|  |  |   |   |   | No. de ruedas desarrolladas   | 1   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     | 1   |     |
|  |  |   |   |   | No. de empresas anclas participantes  | 12  |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     | 12  |     |
|  | Fábricas de Productividad  | Contribuir al incremento de la productividad interna de las empresas para que produzcan más y mejor   | Pequeñas, medianas y grandes empresas   | Programa desarrollado con Colombia Productiva, en el cual se mejoran los niveles de productividad de las empresas por medio de un acompañamiento de mínimo 60 horas por parte de un extensionista (consultor) experto | No. de proveedores participantes  | 35  |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 35  | \$ 8.770.000                           |                |               |     |     |     |
|  |  |   |   |   | No. de citas desarrolladas  | 80  |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     | 80  |     |
|  | Empresas en Trayectoria MEGA   | Acompañar a las empresas en procesos de direccionamiento estratégico encaminados a alcanzar metas retadoras denominadas MEGA, a través del intercambio de experiencias de líderes empresariales | Pequeñas, medianas y grandes empresas (en lo posible afiliadas)   | Programa que permite generar conversaciones entre gerentes para mejorar sus procesos de direccionamiento y planeación estratégica, además de construir con sus equipos de trabajo                                     | Porcentaje de empresas que generan nuevos contactos, alianzas y/o proveedores                       | 80%   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 80%   | \$ 66.862.000                          |                |               |     |     |     |
|  |  |   |   |   | N° de empresas acompañadas en el ciclo 3  | 25  |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     | 25  |     |
| N° de empresas acompañadas en el ciclo 4   |  |   |   |   | 75  |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     | 75  |     |
| Acceso a mercados nacionales e internacionales (1214)  | Generar crecimiento en las empresas mediante el acceso a nuevos mercados   | Micro 4, pequeñas, medianas y grandes empresas  | Programa que acompaña la estrategia comercial a nivel nacional de los empresarios por medio de la búsqueda de citas comerciales   | Porcentaje de incremento de productividad en las empresas intervenidas en el ciclo 3 y 4  | 8%  |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 8%  | \$ 115.940.000                         |                |               |     |     |     |
|  |  |   |   | N° de empresas en trayectoria MEGA que terminan IV cohorte  | 40  |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               | 40  |     |     |
|  |  |   |   | N° de empresas en trayectoria MEGA que inician V cohorte  | 30  |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     | 30  |     |
|  |  |   |   | N° de encuentros con mentores   | 4   | 1   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     | 1   |     |
| Programas para el acceso a nuevos mercados nacionales e internacionales desarrollados          | Generar crecimiento en las empresas mediante el acceso a nuevos mercados   | Micro 4, pequeñas, medianas y grandes empresas  | Programa que acompaña la estrategia comercial a nivel nacional de los empresarios por medio de la búsqueda de citas comerciales e inbound marketing   | N° de programas para el acceso a nuevos mercados  | 3   |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 3   | \$ 65.000.000                          |                |               |     |     |     |
|  |  |   |   | N° de empresas intervenidas a nivel nacional  | 25  |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     | 25  |     |
|  |  |   |   | Incremento promedio en ventas de las empresas participantes   | 5%  |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     |     | 5%  |
|  |  |   |   | N° de empresas intervenidas a nivel internacional   | 15  |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     |     | 15  |
|  |  |   |   | Incremento promedio en ventas de las empresas participantes   | 5%  |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     |     | 5%  |
|  |  |   |   | N° de capacitaciones  | 5   |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     |     | 5   |
| Antenas comerciales nacionales a través de generar estrategias comerciales                     | Generar crecimiento en las empresas mediante el acceso a nuevos mercados   | Micro 4, pequeñas, medianas y grandes empresas  | Programa que acompaña la estrategia comercial a nivel internacional de los empresarios por medio de la búsqueda de citas comerciales en países donde pueda tener potencialidad su producto o servicio | N° de empresas participantes  | 200   |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 50  | \$ 60.000.000                          |                |               |     |     |     |
|  |  |   |   | N° de empresas participantes  | 200   |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     | 200 |     |
|  |  |   |   | N° de capacitaciones  | 5   |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     |     | 5   |
|  |  |   |   | N° de empresas participantes  | 200   |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     |     | 200 |
| Capacitaciones virtuales en temas de internacionalización propias y/o con aliados estratégicos | Aportar conocimientos a los empresarios y sus equipos de trabajo   | Micro 4, pequeñas, medianas y grandes empresas  | Generación de espacios de formación para mantener informados y actualizados en temas empresariales o normativos de comercio exterior a los empresarios  | N° de empresas participantes  | 90%   |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 90%   | \$ 10.000.000                          |                |               |     |     |     |
|  |  |   |   |   |   |   |   |  |                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |                |               |     |     |     |

PLAN DE ACCION UNIDAD DE DESARROLLO EMPRESARIAL 2022

Objetivo de la Unidad: contribuimos al fortalecimiento y crecimiento del tejido empresarial a través de programas pertinentes a las necesidades de nuestros empresarios

Objetivo estratégico al que contribuye: 3: promover iniciativas y acciones en torno a formalización, emprendimiento, innovación y fortalecimiento empresarial, asegurando que estas se cumplan

| Nombre y número del centro de costos                    | Acción  | Propósito  | Segmento   | Breve descripción  | Indicadores de Impacto y/o resultados  |   |   |    |    |    |    |    |    |   |   |    |   | Presupuesto anual de egresos públicos por actividad | Presupuesto anual de egresos públicos global por centro de costos | Presupuesto anual de ingresos públicos |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|---|---|--|--|--|--|---|---|----|----|----|----|----|----|---|---|----|---|---|---|--|--|--|---------------|--|--|--|--|--|--|--|
|   |   |  |  |  | Meta 2022  | E   | F | M  | A  | M  | J  | J  | A  | S | O | N  | D |   |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|   | Antenas comerciales nacionales con inbound marketing B2B - B2C                                    | Incrementar las ventas de los empresarios participantes  | Micro 4, pequeñas, medianas y grandes empresas   | Programa que acompaña la estrategia comercial digital de los empresarios por medio de la búsqueda de prospectos comerciales  | No. de prospectos comerciales generados  | 500   |   |    |    |    |    |    |    |   |   |    |   |   |   | 500                                    |  |  | \$ 40.000.000 |  |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |  |  | No. de citas desarrolladas   | 150   |   |    |    |    |    |    |    |   |   |    |   |   |   |  |  |  | 150           |  |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |  |  | No. de empresas intervenidas   | 25  |   |    |    |    |    |    |    |   |   |    |   |   |   | 25                                     |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
| Fortalecimiento y Promoción del turismo (1206 y 1206-3) | Eventos de fortalecimiento y promoción del turismo desarrollados                                  | Aportar conocimiento a los empresarios para lograr atraer turistas al territorio generando desarrollo económico            | Micros, pequeñas, medianas y grandes empresas de Manizales y Municipios de la jurisdicción | Comprende actividades de fortalecimiento y promoción de los empresarios del sector turismo   | N° de eventos de fortalecimiento y promoción del turismo desarrollados   | 12  | 1 | 1  | 2  | 1  | 2  | 1  | 1  | 2 | 1 | 1  | 1 |   |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |  |  | N° de capacitaciones realizadas  | 7   |   | 1  | 1  |    |    | 1  | 1  | 1 |   |    | 1 |   |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|   | Capacitaciones presenciales en temas generales  | Aportar conocimientos a los empresarios del sector turismo de la jurisdicción y a sus equipos de trabajo                   | Micros, pequeñas, medianas y grandes empresas de Manizales y Municipios de la jurisdicción | Generación de espacios de formación para mantener informados y actualizados en temas empresariales o normativos de comercio exterior a los empresarios   | N° de seminarios de formación realizados   | 2   |   |    |    |    | 1  |    |    |   |   |    | 1 |   |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |  |  | N° de personas capacitadas en los diferentes programas de formación  | 300   |   | 30 | 30 | 30 | 30 | 35 | 35 |   |   | 70 |   | 40  |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |  |  | Porcentaje de empresas que encuentran pertinente la capacitación   | 90%   |   |    |    |    |    |    |    |   |   |    |   |   |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|   | Ruta de fortalecimiento del sector turístico  | Fortalecer las habilidades empresariales para mejorar la calidad del destino turístico                                     | Micros, pequeñas, medianas y grandes empresas de Manizales y Municipios de la jurisdicción | Desarrollo de un programa que permita acompañar a los empresarios del sector en temas insitu para fortalecer sus competencias empresariales  | N° de empresas asesoradas en sitio de fortalecimiento  | 25  |   |    |    |    |    |    |    |   |   |    |   |   |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |  |  | Porcentaje de empresas participantes con hechos de fortalecimiento y crecimiento   | 80%   |   |    |    |    |    |    |    |   |   |    |   |   |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|   | Participación en misiones, ferias y/o eventos comerciales   | Ampliar las redes de contacto, y propiciar espacios de negociación mediante la participación en ferias y ruedas de negocio | Micros, pequeñas, medianas y grandes empresas de Manizales y Municipios de la jurisdicción | Apoyo a empresarios del sector turismo en la participación en ferias, ruedas de negocio o presentaciones de destino  | N° de misiones empresariales comerciales nacionales  | 3   |   |    |    | 1  |    |    |    | 1 |   |    |   |   |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |  |  | N° empresas participantes  | 30  |   |    |    |    | 10 |    |    |   |   | 10 |   |   |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |  |  | Porcentaje de empresas que generan nuevos contactos y/o negocios   | 80%   |   |    |    |    |    |    |    |   |   |    |   |   |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|   | Promoción del destino turístico Manizales y Caldas en turismo vacacional y MICE (Visit Manizales) | Atraer turistas al territorio generando desarrollo económico   | Micros, pequeñas, medianas y grandes empresas de Manizales y Municipios de la jurisdicción | Realizar campañas de promoción de destino desarrolladas por medio de algunas de las siguientes estrategias:<br>Viajes de familiarización con influencers, personajes famosos o periodistas para lograr promoción en redes sociales y medios de comunicación;<br>Campaña a través de medios de comunicación, videos promocionales en aeropuertos, o salas de cine, notas en revistas de interés turístico que ayuden en la promoción de caldas como destino turístico | N° de campañas de promoción realizadas   | 1   |   |    |    |    |    |    |    |   |   |    |   |   |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |  |  | Apoyo en la captación de eventos de gran formato mediante trabajo de campo por una persona de nivel táctico, los cuales generen derrama económica para la ciudad | No. eventos del segmento MICE captados y/o apoyados | 3 |    |    |    |    |    |    |   | 1 |    |   |   |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|   |   | Avanzar en el posicionamiento de Caldas y Manizales como destino de calidad en el segmento MICE                            | Micros, pequeñas, medianas y grandes empresas de Manizales y Municipios de la jurisdicción | Participación de Visit Manizales en Ferias, ruedas de negocio o presentaciones de destino como actividad de promoción:<br>1 feria o rueda internacional y 3 ferias, ruedas o presentaciones nacionales   | N° de participaciones en actividades de promoción de destino Vacacional y/o MICE   | 2   |   |    |    |    |    |    |    |   |   |    |   |   |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |  |  | N° de contactos realizados con interés en el destino   | 20  |   |    |    |    |    |    |    |   |   | 10 |   |   |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |  | Desarrollo de una estrategia de marketing digital a través de la página web <a href="http://www.visitmanizales.com">www.visitmanizales.com</a> y sus redes sociales con el fin de incentivar la captación de eventos   | N° de campañas realizadas y alcance logrado  | 1   |   |    |    |    |    |    |    |   |   |    |   |   |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |  |  |  |   |   |    |    |    |    |    |    |   |   |    |   |   |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |  |  |  |   |   |    |    |    |    |    |    |   |   |    |   |   |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |  |  |  |   |   |    |    |    |    |    |    |   |   |    |   |   |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |
|   |   |  |  |  |  |   |   |    |    |    |    |    |    |   |   |    |   |   |   |  |  |  |               |  |  |  |  |  |  |  |

PLAN DE ACCIÓN UNIDAD DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO REGIONAL 2022

Objetivo estratégico al que le contribuye: 4. Desarrollar una cultura permanente de medición y reporte de impacto en la jurisdicción, que irradie positivamente en la comunidad

| ÁREA  | PROGRAMA   | PROPOSITO  | SEGMENTO   | INDICADORES DE IMPACTO Y RESULTADOS  | METAS         | E            | F            | M             | A             | M            | J            | J            | A            | S            | O            | N            | D            | INGRESOS PÚBLICOS | EGRESOS PÚBLICOS |              |              |              |   |
|---|--|--|--|--|---------------|--------------|--------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|------------------|--------------|--------------|--------------|---|
| Estudios Económicos y Competitividad (1018)   | Estudios Económicos  | Ser fuente de información en variables de coyuntura económica con el fin de contribuir a la formulación de política pública y a la toma de decisiones a favor del desarrollo y de la competitividad de Manizales y Caldas. | Transversal (todos los grupos de interés, empresarios, gremios, sector público, privado y ciudadanía en general) | No. de estudios económicos.  | 1             |              |              |               |               |              |              |              |              |              |              |              |              |                   | \$50.000.000     | \$73.000.000 |              |              |   |
|   |  |  |  | No. Informes Mercado laboral.  | 8             |              | 1            | 1             | 1             |              |              |              | 1            |              |              | 1            | 1            | 1                 |                  |              | 1            |              |   |
|   |  |  |  | No. Informes Comercio Exterior.  | 8             |              | 1            | 1             | 1             |              |              |              | 1            |              |              | 1            | 1            | 1                 |                  |              | 1            |              |   |
|   |  |  |  | No. Informes dinámica empresarial.   | 8             |              | 1            | 1             | 1             |              |              |              | 1            |              |              | 1            | 1            | 1                 |                  |              | 1            |              |   |
|   |  |  |  | No. Informes inflación.  | 8             |              | 1            | 1             | 1             |              |              |              | 1            |              |              | 1            | 1            | 1                 |                  |              | 1            |              |   |
|   |  |  |  | No. de notas económicas y competitividad, informes estratégicos locales y regionales, infografías y participación en espacios de ciudad en alianza con actores estratégicos. | 15            |              | 1            | 1             | 1             |              |              | 1            | 1            | 2            | 1            |              | 2            | 1                 |                  |              | 2            | 2            | 1 |
|   |  |  |  | No. de encuestas de ritmo empresarial.   | 2             |              |              | 1             |               |              |              |              |              |              |              |              | 1            |                   |                  |              |              |              |   |
|   |  |  |  | No. Informes de coyuntura económica.   | 3             |              |              |               |               |              |              |              | 1            |              |              |              | 1            |                   |                  |              |              |              | 1 |
|   |  |  |  | No. Estrategias de comunicaciones y difusión de estudios económicos y competitividad.  | 1             |              |              |               |               |              |              |              |              |              |              |              |              |                   |                  |              |              |              | 1 |
|   |  |  |  | Valor de los ingresos generados por comercialización de servicios de información con valor agregado.   | \$ 50.000.000 | \$ 1.000.000 | \$ 2.000.000 | \$ 10.000.000 | \$ 20.000.000 | \$ 2.125.000 | \$ 2.125.000 | \$ 2.125.000 | \$ 2.125.000 | \$ 2.125.000 | \$ 2.125.000 | \$ 2.125.000 | \$ 2.125.000 | \$ 2.125.000      |                  |              | \$ 2.125.000 | \$ 2.125.000 |   |
| Estudios Económicos y Competitividad (1018-1)   | COMISIÓN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD AD E INNOVACIÓN DE CALDAS (CRCI) | Articular las instituciones e instancias y propiciar escenarios de dialogo sobre competitividad e innovación en el departamento de Caldas.   | Transversal (todos los grupos de interés, empresarios, gremios, sector público, privado y ciudadanía en general) | No. de nuevas mesas técnicas dinamizadas con planes de trabajo.  | 2             |              |              |               |               |              |              | 1            |              |              |              |              |              | 1                 | \$111.500.000    |              |              |              |   |
|   |  |  |  | No. de actividades realizadas con la mesa subregional de competitividad.   | 4             |              |              |               | 1             |              |              | 1            |              |              | 1            |              |              | 1                 |                  |              |              |              |   |
|   |  |  |  | No. de mapas de actores de competitividad en las subregiones.  | 2             |              |              | 1             |               |              |              |              | 1            |              |              |              |              |                   |                  |              |              |              |   |
|   |  |  |  | No. de encuentros sostenidos con los Alcaldes y/o delegados municipales.   | 4             |              |              | 1             |               |              |              |              | 1            |              |              | 1            |              |                   |                  |              | 1            |              |   |
|   |  |  |  | No. de boletines de competitividad elaborados y divulgados.  | 3             |              |              |               | 1             |              |              |              | 1            |              |              |              |              |                   |                  |              | 1            |              |   |
|   |  |  |  | No. de estrategias de comunicación implementadas.  | 1             |              |              |               |               |              |              |              |              |              |              |              |              |                   |                  |              |              | 1            |   |
|   |  |  |  | No. de socializaciones en temas de competitividad.   | 5             |              |              |               |               |              |              |              |              | 1            | 1            | 1            | 1            | 1                 |                  |              | 1            |              |   |
|   |  |  |  | No. de programas en competitividad implementados.  | 1             |              |              |               |               |              |              |              |              |              |              |              |              |                   |                  |              |              | 1            |   |
|   |  |  |  | No. de actualizaciones del banco y tablero de control de PPL.  | 4             |              |              | 1             |               |              |              |              |              | 1            |              |              | 1            |                   |                  |              |              | 1            |   |
|   |  |  |  | No. de proyectos gestionados para formulación por parte de los actores.  | 3             |              |              |               |               |              |              |              |              |              |              |              |              |                   |                  |              | 3            |              |   |
| No. de oportunidades de financiación identificadas y divulgadas para proyectos.   | 3  |  |  |  |               |              |              | 1             |               | 1            |              |              |              |              | 1            |              |              |                   |                  |              |              |              |   |
| Monitorear los resultados de los indicadores de competitividad e innovación del departamento de Caldas con el fin de gestionar las oportunidades de mejora con los actores correspondientes |  |  |  | No. de documentos con los resultados analizados y plan de mejora.  | 1             |              |              |               |               |              |              |              |              |              |              |              | 1            |                   |                  |              |              |              |   |

PLAN DE ACCIÓN UNIDAD DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO REGIONAL 2022

Objetivo estratégico al que le contribuyen: 5. Alcanzar la eficiencia administrativa y financiera de la Institución.

| ÁREA                                 | PROGRAMA  | PROPOSITO   | SEGMENTO   | INDICADORES DE IMPACTO Y RESULTADOS   | METAS | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | EGRESOS PÚBLICOS |             |   |   |   |      |
|--------------------------------------|---|---|--|---|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------------------|-------------|---|---|---|------|
| Sistema Interno de Innovación (1008) | Gestionar Proyectos Especiales  | Contribuir al logro de la Mega, buscando ser el mejor socio de los empresarios y de la región | Empresarios de la jurisdicción y colaboradores de la entidad | Número de Productos Mínimo Viable desarrollados   | 2     |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |   |   | 1                | 103.500.000 |   |   |   |      |
|                                      |   |   |  | Iniciativas nuevas evaluadas e iteradas en el mercado                                   | 2     |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |   |                  |             |   | 1 |   |      |
|                                      |   |   |  | No. de estrategias implementadas para iterar A un Clic módulo B2B en el mercado         | 1     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |                  |             |   |   |   |      |
|                                      |   |   |  | No. de Iniciativas nuevas evaluada e iteradas en el mercado                             | 1     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |                  |             |   |   |   |      |
|                                      |   |   |  | No. de estrategias de servicios financieros consolidadas (Hub de innovación financiera) | 1     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |                  |             |   |   | 1 |      |
|                                      |   |   |  | No. de Iniciativas nuevas evaluadas e iteradas en el mercado                            | 1     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |                  |             |   |   |   | 1    |
|                                      |   |   |  | No. de proyectos formulados   | 3     |   |   |   | 1 |   |   |   |   |   |   |   |   |                  |             |   |   |   | 2    |
|                                      | Promover y motivar el desarrollo de una cultura y mentalidad innovadora | Ser una organización que inspira Innovación en el equipo camara                               | Colaboradores de la entidad                                  | No. de actividades de cultura y mentalidad innovadora realizadas                        | 10    |   | 1 |   |   | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1                |             | 1 |   |   |      |
|                                      |   |   |  | No. de acciones de formación realizadas   | 1     |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |   |                  |             |   |   |   |      |
|                                      |   |   |  | % de Participación activa de los colaboradores de la entidad                            | 100%  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |                  |             |   |   |   | 100% |
|                                      | Realizar la Campaña de Cámara Ágil                                      | Ser más eficientes con el uso de los recursos de la entidad                                   | Colaboradores de la entidad                                  | No. de campañas de Cámara Ágil realizadas   | 1     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |                  |             |   | 1 |   |      |
|                                      |   |   |  | No. de procesos acompañados   | 3     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |                  |             |   |   |   | 3    |

PLAN DE ACCIÓN UNIDAD ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA 2022

AREA: GESTIÓN HUMANA

Objetivo de la Unidad: asesorar, acompañar, proponer y ejecutar acciones de soporte administrativo y financiero para el logro de los objetivos institucionales.

Objetivo estratégico al que contribuye: 5. Alcanzar la eficiencia administrativa y financiera de la Institución.

Atributos a los que contribuye: Confiable: - Fortalecer las competencias del equipo de trabajo; - Construir la narrativa de generación de valor de la organización que se vuelva cultura; - Contar con un equipo comprometido y apasionada con lo que hacemos. Transparente: - Promover la cultura del comportamiento del equipo de trabajo con probidad y ética.

| Acción  | Propósito  | Segmento      | Indicadores de impacto y resultado   | Meta | E    | F    | M    | A    | M    | J    | J    | A    | S    | O    | N    | D    | Presupuesto anual de egresos públicos |
|---|--|---------------|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---------------------------------------|
| Formación, desarrollo y desempeño             | Lograr equipos con buenos niveles de desempeño y competencias  | Colaboradores | Plan de capacitación diseñado y ejecutado, desde las necesidades internas y desde la demanda   | 100% |      |      |      |      |      | 50%  |      |      |      |      |      | 50%  | \$ 137.500.000                        |
|   |  |               | Desarrollo de la estrategia de gestión conocimiento al interior de la entidad  | 1    |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      | 1    |                                       |
|   |  |               | Nivel de desempeño   | 93%  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      | 93%  |                                       |
|   |  |               | Nivel de incorporación de las competencias organizacionales  | 91%  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      | 91%  |                                       |
| Bienestar del personal y clima organizacional | Contar con un equipo comprometido y apasionado con lo que hace y una Entidad cercana a sus colaboradores | Colaboradores | Desarrollar el programa de reconocimiento, integración y cohesión para los colaboradores a través de celebraciones y fechas especiales | 100% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% |                                       |
|   |  |               | N° de mediciones del nivel de percepción del Clima Laboral y satisfacción del cliente interno  | 2    | 1    |      |      |      |      |      |      | 1    |      |      |      |      |                                       |
|   |  |               | Nivel de percepción del Clima Laboral  | 94%  | 94%  |      |      |      |      |      |      | 94%  |      |      |      |      |                                       |
|   |  |               | Nivel de satisfacción del cliente interno  | 90%  | 90%  |      |      |      |      |      |      | 90%  |      |      |      |      |                                       |
|   |  |               | Desarrollar e implementar el proyecto de teletrabajo para la CCMPC   | 1    |      |      |      |      |      |      | 0,5  |      |      |      |      |      |                                       |
| Seguridad y Salud en el Trabajo               | Promover el bienestar físico, mental y social de los colaboradores                                       | Colaboradores | Ejecutar el plan de trabajo anual de Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo   | 100% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% | 8,3% |      |                                       |
|   |  |               | Nivel de cumplimiento de estándares mínimos según resolución 0312 de 2019  | 93%  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      | 93%  |                                       |

PLAN DE ACCIÓN UNIDAD ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA 2022  
AREA: Tecnología

Objetivo de la Unidad: asesorar, acompañar, proponer y ejecutar acciones de soporte administrativo y financiero para el logro de los objetivos institucionales.  
Objetivo estratégico al que contribuye: 5. Alcanzar la eficiencia administrativa y financiera de la Institución.  
Atributos a los que contribuye: Confiable: - Asegurar la eficiencia de los sistemas de información.

| Acción   | Propósito   | Segmento                               | Indicador de resultado   |           | E     | F     | M     | A     | M     | J     | J     | A     | S     | O     | N     | D     | Presupuesto anual de egresos públicos |                |
|--|---|--|--|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------------------------------|----------------|
|  |   |  | Nombre   | Meta 2022 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |                                       |                |
| Programas para garantizar la gestión eficiente de los recursos, infraestructura y servicios tecnológicos de la Entidad | Que las decisiones en inversión de tecnología contribuyan al logro de la estrategia de la Entidad | Directivos                             | Plan estratégico de TI (PETI) actualizado  | 1         |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 1     |                                       |                |
|  |   |  | Informe de monitoreo del entorno elaborado   | 1         |       |       |       |       |       |       |       | 1     |       |       |       | 1     |                                       |                |
|  | Garantizar y mantener en óptimas condiciones la infraestructura tecnológica de la Entidad         | Todos los usuarios internos y externos | Plan de mantenimiento de la infraestructura tecnológica diseñado y ejecutado                     | 1         | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33%                                 | \$ 7.730.388   |
|  |   |  | Disponibilidad de la infraestructura tecnológica   | >98%      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | >98%                                  |                |
|  | Garantizar la correcta operación tecnológica y de conectividad de la entidad                      | Todos los usuarios internos y externos | Plan de mantenimiento de la operación tecnológica diseñado y ejecutado                           | 1         | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33%                                 | \$ 207.069.612 |
|  |   |  | Ciclo de mantenimiento preventivo de equipos de computo ejecutado                                | 1         |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |                                       | 1              |
|  |   |  | Proceso de atención a requerimientos internos a través de la mesa de ayuda de sistemas ejecutado | 1         | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33%                                 |                |
|  |   |  | Nivel de satisfacción con respecto a la operación tecnológica de la Entidad alcanzado            | >97%      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |                                       | >97%           |
|  |   |  | Proceso de acompañamiento interno para la operación del CRM ejecutado                            | 1         | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33%                                 |                |
|  |   |  |  |           |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |                                       |                |

PLAN DE ACCIÓN UNIDAD ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA 2022  
AREA: PLANEACIÓN FÍSICA Y LOGÍSTICA

Objetivo de la Unidad: asesorar, acompañar, proponer y ejecutar acciones de soporte administrativo y financiero para el logro de los objetivos institucionales.

Objetivo estratégico al que contribuye: 5. Alcanzar la eficiencia administrativa y financiera de la Institución.

Atributos a los que contribuye: Cercana: - Conocer a nuestros empresarios en el mayor detalle posible; - Mantener una relación empática con nuestros empresarios.

| Acción  | Propósito   | Segmento                              | Indicador de resultado e impacto  |           | E     | F     | M     | A     | M     | J     | J     | A     | S     | O     | N     | D     | Presupuesto anual de egresos públicos |      |
|---|---|---------------------------------------|---|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------------------------------|------|
|   |   |                                       | Nombre  | Meta 2022 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |                                       |      |
| Programa de administración integral de espacios de la CCMPC, salas virtuales y eventos mixtos | Centro de eventos CCMPC, la mejor alternativa para nuestros empresarios y clientes  | Afiliados, comerciantes, particulares | No. de horas de alquiler  | 300       | 15    | 30    | 30    | 45    | 45    | 45    | 30    | 15    | 15    | 15    | 10    | 5     | \$ 16.000.000                         |      |
|   |   |                                       | No. de horas de préstamos   | 200       | 6     | 9     | 20    | 24    | 22    | 24    | 25    | 21    | 19    | 15    | 9     | 6     |                                       |      |
|   |   |                                       | Nivel de satisfacción de los usuarios del alquiler y préstamo de salones                                    | >98%      |       |       |       |       |       | >98%  |       |       |       |       |       |       |                                       | >98% |
|   | Lograr altos estándares de calidad en la realización de los eventos de la Entidad.  | Colaboradores CCMPC y Junta Directiva | No. de horas eventos internos: Presenciales, virtuales y mixtos.  | 1300      | 65    | 75    | 105   | 125   | 165   | 165   | 165   | 125   | 105   | 85    | 80    | 40    |                                       |      |
|   |   |                                       | Nivel de satisfacción de los usuarios internos  | >96%      |       |       |       |       |       | >96%  |       |       |       |       |       |       |                                       | >96% |
| Conservación de la infraestructura física de la entidad                                       | Mantener en condiciones óptimas la infraestructura y los bienes de la Entidad para lograr un alto grado de satisfacción de nuestros visitantes y clientes internos. | Usuarios internos y externos          | Ejecutar el plan anual de mantenimiento preventivo y correctivo de bienes muebles e inmuebles de la entidad | 1         | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% |                                       |      |
|   |   |                                       | Atención de requerimientos a través de la mesa de ayuda   | 100%      | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% |                                       |      |
|   |   |                                       | Dar continuidad al proceso de manejo de inventarios   | 1         | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% |                                       |      |
|   |   |                                       | Crear programa para control de inventarios  | 1         |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |                                       | 1    |
|   |   |                                       | Nivel de satisfacción a través del aplicativo de la mesa de ayuda   | >99%      |       |       |       |       |       |       | >99%  |       |       |       |       |       |                                       |      |
| Programa de relacionamiento   | Fidelización de los usuarios del Centro de eventos de la CCMPC y atracción de nuevos clientes.  | Usuarios externos                     | Administrar el calendario de eventos físicos y virtuales  | 1         | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% |                                       |      |
|   |   |                                       | CRM operando  | 1         | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% |       |                                       |      |
|   |   |                                       | Nivel de efectividad/calidad en lo relacionado en el CRM  | >90%      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |                                       | >90% |
|   |   |                                       | Realizar campañas para atraer nuevos clientes y para fidelizar los que ya están.                            | 2         |       |       |       | 1     |       |       |       |       | 1     |       |       |       |                                       |      |

PLAN DE ACCIÓN UNIDAD ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA 2022  
ÁREA: PLANEACIÓN Y FINANZAS

Objetivo de la Unidad: asesorar, acompañar, proponer y ejecutar acciones de soporte administrativo y financiero para el logro de los objetivos institucionales.

Objetivo estratégico al que contribuye: 5. Alcanzar la eficiencia administrativa y financiera de la Institución.

Atributos a los que contribuye: Confiable: - Diseñar y ofrecer servicios pertinentes y de calidad. Transparente: - Hacer visible la gestión de la Entidad; - Mantener la cultura de los sistemas integrales de gestión.

| Acción   | Propósito   | Segmento            | Indicador de resultado e impacto   |           | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O      | N      | D      | Presupuesto anual de egresos públicos 2022 |               |   |     |
|--|---|---------------------|--|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--------|--------|--------|--|---------------|---|-----|
|  |   |                     | Nombre   | Meta 2022 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |        |        |        |  |               |   |     |
| Sistemas de gestión 121  | Garantizar la eficacia del SGC  | Todos los segmentos | No. de ciclos de auditorías de calidad realizados  | 1         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |        |        |        | 1  | \$ 21.208.000 |   |     |
|  |   |                     | No. de revisiones al SGC realizadas  | 12        | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1      | 1      | 1      | 1  |               | 1 |     |
|  |   |                     | No. de encuestas de satisfacción aplicadas   | 15        | 4 |   |   |   |   |   | 1 |   | 7 |        | 1      |        |  |               |   | 2   |
|  |   |                     | Nivel de satisfacción de líderes y coordinadores con los servicios prestados por la Coordinación del SGC | 97%       |   |   |   |   |   |   |   |   |   |        |        |        |  |               |   | 97% |
|  |   |                     | Auditoría al SGSST   | 1         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |        |        |        |  |               |   | 1   |
|  |   |                     | Proyecto para la implementación de la norma ISO 27001  | 50%       |   |   |   |   |   |   |   |   |   |        |        |        |  |               |   | 50% |
| Generación de informes internos para la toma de decisiones 121                   | Informar sobre los resultados de la gestión de la Entidad   | Alta Dirección      | No. informes de gestión elaborados   | 5         | 2 |   |   | 1 |   |   | 1 |   |   |        | 1      |        |  |               |   |     |
| Plan de acción institucional y presupuesto de ingresos de registros públicos 121 | Consolidar el plan de acción institucional 2022 y el presupuesto de registros públicos para el 2023 | Alta Dirección      | Proceso de apoyo en la planeación y presupuestación 2023 ejecutado                                       | 1         |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 33,33% | 33,33% | 33,33% |  |               |   |     |



PLAN DE ACCIÓN UNIDAD ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA 2022  
ÁREA: GESTIÓN DOCUMENTAL

Objetivo de la Unidad: asesorar, acompañar, proponer y ejecutar acciones de soporte administrativo y financiero para el logro de los objetivos institucionales.

Objetivo estratégico al que contribuye: 5. Alcanzar la eficiencia administrativa y financiera de la Institución.

Atributos a los que contribuye: Confiable: - Diseñar y ofrecer servicios pertinentes y de calidad. Transparente: - Hacer visible la gestión de la Entidad; - Mantener la cultura de los sistemas integrales de gestión.

| Acción                                    | Propósito   | Segmento            | Indicador de resultado e impacto                                    |           | E     | F     | M     | A     | M     | J     | J     | A     | S     | O     | N     | D     | Presupuesto anual de egresos públicos 2022 |
|---|---|---------------------|---|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--|
|   |   |                     | Nombre  | Meta 2022 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |  |
| Gestión documental y ventanilla única 122 | Cumplir con la normatividad vigente y mejorar la efectividad en la gestión documental | Todos los segmentos | Continuación de la implementación del Sistema de gestión documental | 1         | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | \$ 35.565.000                              |
|   |   |                     | Ventanilla Única de Correspondencia                                 | 1         | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% |       |  |
|   |   |                     | Continuación con los procesos de digitalización                     | 7         | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% | 8,33% |       |  |
|   |   |                     | Nivel de cumplimiento de las políticas de gestión documental        | 70%       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       | 70%   |       |  |

PLAN DE ACCIÓN COMUNICACIONES CORPORATIVAS 2022

Objetivo de la Unidad: asesoramos, acompañamos, proponemos y ejecutamos acciones de soporte administrativo y financiero para el logro de los objetivos institucionales.

Objetivos Estratégicos y componentes de la Mega a los que contribuye:

| ACCIÓN  | PROPÓSITO  | SEGMENTO                                 | INDICADOR DE RESULTADO E IMPACTO  |           | E   | F    | M    | A    | M    | J     | J    | A     | S    | O    | N    | D  | Presupuesto anual de egresos públicos 2022 |         |  |
|---|--|--|---|-----------|-----|------|------|------|------|-------|------|-------|------|------|------|----|--|---------|--|
|   |  |  | NOMBRE  | META 2022 |     |      |      |      |      |       |      |       |      |      |      |    |  |         |  |
| Visibilización de la gestión de la CCMP   | Lograr una comunicación efectiva de la gestión de la Cámara con nuestros grupos de interés   | Pequeños, medianos y grandes empresarios | Número Revista Empresarios digital  | 2         |     |      |      |      | 1    |       |      |       |      |      | 1    |    | \$ 106.880.000                             |         |  |
|   |  | Micro 1, 2, 3 y 4 Tipo A, B, C           | Boletines digitales   | 6         |     | 1    |      | 1    |      | 1     |      | 1     |      | 1    |      | 1  |  |         |  |
|   |  | Todos los segmentos                      | Alcance de comunicación digital en redes sociales   | 940.000   |     |      |      |      |      |       |      |       |      |      |      |    |  | 940.000 |  |
|   |  | Todos los segmentos                      | Estrategia de comunicación en medios tradicionales (en conjunto con Mecadeo)                    | 1         |     |      |      |      |      |       |      |       |      |      |      |    |  | 1       |  |
|   |  | Todos los segmentos                      | Número de menciones en medios de comunicación   | 470       |     |      |      |      |      |       |      |       |      |      |      |    |  | 470     |  |
|   |  | Todos los segmentos                      | 97% de los empresarios reconoce los servicios de la CCMP  | >90%      |     |      |      |      |      |       |      |       |      |      |      |    |  | 97%     |  |
| Proceso de Reputación Corporativa   | Mantener el prestigio de la CCMP   | Todos los segmentos                      | Elaboración e implementación de un Plan de Reputación Corporativa                               | 1         |     |      |      |      |      |       |      |       |      |      |      | 1  |  |         |  |
|   |  |  | Nivel de reputación corporativa   | >90%      |     |      |      |      |      |       |      |       |      |      |      |    | 90%  |         |  |
| Actividades de relacionamiento con grupos de interés                                      | Establecer relaciones cercanas y efectivas con medios de comunicación  | Periodistas                              | Celebración del Día del Periodista  | 1         |     | 1    |      |      |      |       |      |       |      |      |      |    |  |         |  |
|   |  |  | Reuniones con periodistas   | 1         |     |      |      |      |      |       |      | 1     |      |      |      |    |  |         |  |
|   |  |  | Nivel de satisfacción de los periodistas con respecto a las actividades organizadas por la CCMP | >90%      |     |      |      |      |      |       |      |       |      |      |      |    |  | 90%     |  |
| Estrategia para la interiorización de la narrativa institucional para el logro de la MEGA | Compartir el propósito institucional   | Equipo CCMP                              | Plan de divulgación de la ruta hacia la MEGA  | 1         |     |      |      | 50%  |      |       |      |       |      |      |      |    | 50%  |         |  |
|   |  |  | Campaña para la apropiación de la narrativa institucional                                       | 1         | 10% | 7%   | 7%   | 7%   | 7%   | 7%    | 7%   | 7%    | 7%   | 7%   | 7%   | 7% | 20%  |         |  |
|   |  |  | Plan de comunicación interna  | 1         |     | 7,5% | 7,5% | 7,5% | 7,5% | 17,5% | 7,5% | 22,5% | 7,5% | 7,5% | 7,5% |    |  |         |  |
|   |  |  | Porcentaje de apropiación de la narrativa institucional   | >90%      |     |      |      |      |      |       |      |       |      |      |      |    |  | 80%     |  |
| Accesibilidad e inclusión   | Facilitar una mayor accesibilidad a la página web de la CCMP a las personas en condición de discapacidad (Resolución 1519 de 2020) | Todos los segmentos                      | Desarrollo tecnológico para página web  | 1         |     |      |      |      |      | 1     |      |       |      |      |      |    |  |         |  |

PLAN DE ACCIÓN COMUNICACIONES CORPORATIVAS 2022

Objetivo de la Unidad: asesoramos, acompañamos, proponemos y ejecutamos acciones de soporte administrativo y financiero para el logro de los objetivos institucionales.

Objetivos Estratégicos y componentes de la Mega a los que contribuye: 5. Alcanzar la eficiencia administrativa y financiera de la institución

| Actividad   | Propósito   | Segmento  | Indicador de impacto y resultado  | Meta 2022   | E   | F   | M   | A | M   | J   | J   | A   | S   | O   | N   | D   | EGRESOS PÚBLICOS |  |
|---|---|---|---|---|---|-----|-----|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------------------|--|
| Plan de vigilancia estratégica (143)                  | Conocer a nuestros empresarios para ofrecerles servicios pertinentes y generar cercanía con la CCMPC                | Líderes de equipos de trabajo   | Mapa de oportunidades e ideas ejecutado a partir de los resultados de investigaciones física y virtual encontrados en 2021  | 1   |   |     |     |   |     | 1   |     |     |     |     |     |     | \$ 198.000.000   |  |
|   |   |   | Mapa de oportunidades e ideas construido a partir de los resultados de investigaciones física y virtual encontrados en 2022 | 1   |   |     |     |   |     |     |     |     |     |     | 1   |     |                  |  |
|   | Mejorar el relacionamiento con nuestros grupos de interés   | Empresarios y comerciantes de Manizales y municipios                    | No. de investigaciones para determinar cuáles son los medios de comunicación usados   | 1   | 1   |     |     |   |     |     |     |     |     |     |     |     |                  |  |
|   |   | Usuarios que se atienden en las sedes de la CCMPC                       | Estrategia Revelación de Usuario implementada   | 1   |   |     |     |   | 50% |     |     |     |     |     |     | 50% |                  |  |
|   | Realizar inteligencia de marketing a través de la captación de información externa que permita orientar estrategias | Equipo CCMPC ,<br>- Empresarios y comerciantes de Manizales y municipio | No. de videos enviados tipo cápsula , máx de 1 min  | 6   |   | 1   |     | 1 |     | 1   |     | 1   |     | 1   |     | 1   |                  |  |
| Plan de acompañamiento para el uso de CRM (143)       | Diseñar servicios y productos pertinentes a partir del conocimiento de nuestros usuarios                            | Equipo CCMPC  | Campaña interna para incentivar el uso de la herramienta ejecutada  | 1   |   |     |     |   |     | 1   |     |     |     |     |     |     |                  |  |
|   |   |   | No. de mediciones del nivel de satisfacción de los usuarios internos con el uso del CRM                                     | 1   |   |     |     |   |     |     |     |     |     |     | 1   |     |                  |  |
|   |   |   | Incremento del Uso de CRM   | 30%   |   |     |     |   |     |     |     |     |     |     |     |     | 30%              |  |
| Posicionamiento y visibilidad de la marca CCMPC (143) | Dar a conocer que hace la CCMPC y cuál es su papel como agencia de desarrollo                                       | Universo de matriculados - Nicho de empresarios no inscritos            | Campaña publicitaria "Valor de la Cámara para los empresarios" ejecutada  | 1   |   |     |     |   |     |     | 25% | 25% | 25% | 25% |     |     |                  |  |
|   |   |   | Generar mayor confianza, credibilidad y lealtad hacia la marca CCMPC  | Todos los segmentos, universo de matriculados y comunidad | Bolsa de medios tradicionales en conjunto con Comunicaciones implementada | 1   |     | 1 |     |     |     |     |     |     |     |     |                  |  |
|   | Lograr altos niveles de recordación de la marca CCMPC en la comunidad en general                                    | Elaboración y distribución de calendarios                               | 1   |   |   |     |     |   |     |     |     | 25% | 25% | 25% | 25% |     |                  |  |
|   | Plan de patrocinios en el año ejecutado   | 1   |   |   |   |     |     |   |     |     |     |     |     |     |     | 1   |                  |  |
|   |   | Universo de matriculados  | Net promoter score (NPS) realizado  | Entre 50 y 80   |   |     |     |   |     | 50% | 50% |     |     |     |     |     |                  |  |
| Plan de Marketing relacional (143)                    | Generar experiencia y conocer información relevante   | Usuarios que se atienden en las sedes de la CCMPC                       | Plan de experiencia-Customer Journey Map diseñado   | 1   | 33%   | 33% | 33% |   |     |     |     |     |     |     |     |     |                  |  |

PLAN DE ACCIÓN UNIDAD ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA 2022

AREA: JURÍDICA

Objetivo de la Unidad: asesorar, acompañar, proponer y ejecutar acciones de soporte administrativo y financiero para el logro de los objetivos institucionales.

Objetivo estratégico al que contribuye: 5. Alcanzar la eficiencia administrativa y financiera de la Institución.

Atributos a los que contribuye: Confiable: - Transparente: - Mantener la cultura de los sistemas integrales de gestión.

| Acción  | Propósito   | Segmento                      | Indicador de resultado e impacto  |           | E | F | M | A | M | J | J   | A | S | O | N | D | Presupuesto anual de egresos públicos |  |
|---|---|-------------------------------|---|-----------|---|---|---|---|---|---|-----|---|---|---|---|---|---------------------------------------|--|
|   |   |                               | Nombre  | Meta 2022 |   |   |   |   |   |   |     |   |   |   |   |   |                                       |  |
| Sistema de Protección de Datos Personales (112) | Cumplir con la normatividad vigente en materia de protección de datos personales y evitar que la Cámara sea objeto de sanciones | Personal vinculado a la CCMPC | Sesiones grupales para que el personal interiorice la Política General y el Manual Manual interno de protección y tratamiento de datos personales | 5         |   |   |   | 2 | 3 |   |     |   |   |   |   |   | \$ 24.840.000                         |  |
|   |   |                               | Elaboración y ejecución de un programa de protección de datos   | 1         |   |   |   |   | 1 |   |     |   |   |   |   |   |                                       |  |
|   |   |                               | Sesiones del Comité de Protección de Datos Personales y Seguridad de la Información   | 4         |   | 1 |   |   | 1 |   |     | 1 |   |   |   | 1 |                                       |  |
|   |   |                               | Nivel de interiorización de la Política de Protección de Datos Personales   | 60%       |   |   |   |   |   |   | 60% |   |   |   |   |   |                                       |  |
| Monitoreo del entorno legal empresarial (112)   | Mantener actualizada a la CCMPC, en la nueva normatividad que se expida en materia empresarial y en otros temas de interés      | Personal vinculado a la CCMPC | Publicación de boletín legal  | 20        |   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2   | 2 | 2 | 2 | 2 |   |                                       |  |

CÁMARA DE COMERCIO DE MANIZALES POR CALDAS

PLAN DE ACCIÓN 2022

OBJETIVO 5: ALCANZAR LA EFICIENCIA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DE LA INSTITUCIÓN.

Objetivo del proceso: Evaluar la eficiencia y eficacia del sistema de control interno institucional y apoyar a la Dirección para el mejoramiento continuo.

| ACTIVIDAD GENERAL  | ACTIVIDADES ESPECIFICAS  | SEGMENTO            | Indicador.   | METAS  |                           | Impacto/ Resultado  | E     | F    | M    | A     | M    | J    | J     | A    | S    | O    | N    | D    | EGRESOS PROYECTADOS PÚBLICOS |     |              |
|--|--|---------------------|--|--------|---------------------------|---|-------|------|------|-------|------|------|-------|------|------|------|------|------|------------------------------|-----|--------------|
|  |  |                     |  | NUMERO | UNIDAD                    |   |       |      |      |       |      |      |       |      |      |      |      |      |                              |     |              |
| Realizar seguimiento a la efectividad del sistema de control interno y su mejoramiento continuo. | Actualizar y/o elaborar los mapas de riesgo por procesos.<br>20%   | Todos los segmentos | Nº de mapas de riesgo actualizados o elaborados    | 6      | Mapas actualizados        | Facilitar la gestión del riesgo   |       |      |      |       | 1    |      |       | 1    | 1    | 1    | 1    | 1    | \$ 800.000                   |     |              |
|  | Realizar auditorías internas.<br>20%   |                     | Nº de auditorías realizadas                        | 6      | Auditorías realizadas     | Mejoramiento continuo del sistema mediante su evaluación  |       |      |      |       | 1    |      | 1     | 1    |      | 1    | 1    | 1    |                              |     |              |
|  | Hacer seguimiento al cumplimiento de los planes de mejoramiento suscritos, internos y con entes externos.<br>20% |                     | Nº de seguimientos ejecutados                      | 8      | Seguimientos efectuados   | Mejoramiento continuo del sistema a través de la implementación de acciones de mejora o correctivas | 2     |      |      |       |      |      | 2     |      |      | 2    |      | 2    |                              |     |              |
|  | Verificar el cumplimiento de los planes de acción de las Unidades.<br>10%  | Todos los segmentos | Nº de verificaciones realizadas                    | 4      | Verificaciones realizadas | Generar alertas y alternativas para la ejecución del plan   |       | 1    |      | 1     |      |      |       | 1    |      |      | 1    |      |                              |     |              |
|  | Elaborar informes a entes de control.<br>15%   | Entes de control    | Nº de informes elaborados                          | 30     | Informes elaborados       | Cumplir con los requisitos legales  | 4     | 2    | 2    | 3     | 2    | 2    | 4     | 3    | 2    | 2    | 2    | 2    |                              |     | \$ 4.800.000 |
|  | Verificar la conformidad de los informes a entes de control.<br>10%  |                     | Proceso de revisión de informes a entes de control | 1      | Proceso ejecutado         |   | 21,1% | 5,3% | 5,3% | 10,5% | 5,3% | 5,3% | 15,8% | 7,9% | 5,3% | 7,9% | 5,3% | 5,3% |                              |     |              |
|  | Desarrollar el proceso de Ley de Transparencia.<br>5%  |                     | Proceso de Ley de Transparencia desarrollado       | 1      | Proceso desarrollado      |   |       |      | 25%  |       |      | 25%  |       |      | 25%  |      |      |      |                              | 25% |              |

PLAN DE ACCIÓN UNIDAD ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA 2022  
JUNTA DIRECTIVA

Objetivo de la Unidad: asesorar, acompañar, proponer y ejecutar acciones de soporte administrativo y financiero para el logro de los objetivos institucionales.

Atributos a los que contribuye: Transparente: - Hacer visible la gestión de la Entidad.

| Acción   | Propósito  | Segmento                                | Indicador de resultado e impacto   |           | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | Presupuesto anual de egresos públicos |   |
|--|--|---|--|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---------------------------------------|---|
|  |  |   | Nombre   | Meta 2022 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |                                       |   |
| Facilitar el desarrollo de las actividades de la Junta Directiva de la CCMPC | Lineamientos estratégicos de la organización, en coherencia con el propósito institucional | Junta Directiva                         | Participación en el Congreso Anual de Confecámaras                             | 1         |   |   |   |   |   |   |   |   | 1 |   |   |   | \$ 70.000.000                         |   |
|  |  | Todos los grupos de interés de la CCMPC | Sesiones de Junta Directiva y las actividades necesarias para llevarlas a cabo | 12        | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |                                       |   |
|  |  |   | Elecciones de Junta Directiva y Revisor Fiscal realizadas                      | 1         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |                                       | 1 |
|  |  | Empresarios y comunidad en general      | Entrega de las medallas "Honor al Mérito" y Carlos E. Pinzón                   | 1         |   |   | 1 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |                                       |   |