

# Planeación



CAMARA DE  
COMERCIO DE  
SINCELEJO

*Liderazgo empresarial para la competitividad regional!*

**2022 – 2027**

---

**TABLA DE CONTENIDO**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>  | <b>3</b>  |
| <b>2. JUSTIFICACIÓN.....</b>   | <b>3</b>  |
| <b>3. METODOLOGÍA PARA EL DESARROLLO DE LOS TRABAJOS .....</b>   | <b>4</b>  |
| <b>3.1. PRINCIPIOS METODOLÓGICOS PARA EL DESARROLLO DE LAS SESIONES DE TRABAJO CON EL EQUIPO PLANEADOR .....</b> | <b>5</b>  |
| <b>3.2. BALANCED SCORECARD O CUADRO DE MANDO INTEGRAL.....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>4. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA CÁMARA DE COMERCIO DE SINCELEJO 2022 - 2027.....</b>                                | <b>6</b>  |
| <b>4.1. CONTEXTO EXTERNO.....</b>  | <b>6</b>  |
| <b>4.1.1. Oportunidades .....</b>  | <b>6</b>  |
| <b>4.1.2. Amenazas.....</b>  | <b>6</b>  |
| <b>4.2. CONTEXTO INTERNO.....</b>  | <b>7</b>  |
| <b>4.2.1. Fortalezas .....</b>   | <b>7</b>  |
| <b>4.2.2. Debilidades .....</b>  | <b>7</b>  |
| <b>4.3. MISIÓN .....</b>   | <b>7</b>  |
| <b>4.4. VISIÓN.....</b>  | <b>8</b>  |
| <b>4.5. VALORES.....</b>   | <b>8</b>  |
| <b>4.6. POLÍTICA ORGANIZACIONAL.....</b>   | <b>8</b>  |
| <b>4.7. DIRECTRICES ESTRATÉGICAS .....</b>   | <b>8</b>  |
| <b>4.8. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....</b>  | <b>9</b>  |
| <b>4.9. OBJETIVOS E INDICADORES .....</b>  | <b>10</b> |
| <b>4.10. INICIATIVAS ESTRATÉGICAS .....</b>  | <b>11</b> |

## **1. INTRODUCCIÓN**

La planeación estratégica se entiende como la formulación de las finalidades y propósitos de una empresa, plasmadas en un documento donde se consignan los objetivos definidos para un largo plazo, por lo general a tres o diez años que, por ser de esa naturaleza se convierten en la estrategia de supervivencia, crecimiento, perdurabilidad, sostenibilidad y, sobre todo, de servicio a sus clientes o usuarios.

De esta forma, la planeación estratégica sirve de marco para los planes de cada área de una empresa, pero tiene un alcance mucho mayor porque éstos llegan hasta la proyección detallada para cumplir responsabilidades específicas que se limitan a su campo especializado de acción e implican decidir anticipadamente lo que se va a hacer.

Las empresas la definen como un proceso continuo, flexible e integral, que genera una capacidad de dirección. Capacidad que da a los directivos la posibilidad de definir la evolución que debe seguir su organización para aprovechar, en función de su situación interna, las oportunidades actuales y futuras del entorno.

La Cámara de Comercio de Sincelejo es una institución privada, de orden legal, de carácter gremial y sin ánimo de lucro que, de acuerdo con sus características y funciones, promueve el desarrollo de su región y trabaja con sus empresarios en forma unida, para hacer de su comunidad un mejor lugar para vivir. Teniendo en cuenta la creciente dinámica que muestran las economías modernas y particularmente la Colombiana, la Entidad debe asumir un papel más activo en el desarrollo empresarial de la región e incluir dentro de sus actividades, elementos de gestión modernos que le permita prepararse, no solo para enfrentar esos constantes cambios, sino también para aprovechar las posibilidades que les brindan diferentes retos del mercado.

Acorde a lo anterior, podemos afirmar entonces que, la planeación estratégica es una herramienta muy útil para orientar la gestión de la Cámara de Comercio de Sincelejo, teniendo en cuenta que no se trata de una varita mágica que resuelve todas las situaciones que se presentan dentro de ella. Sin embargo, tal como lo define Mintzberg y Brian (1993) da una orientación general a la empresa, frente a los cambios predecibles e impredecibles del entorno que la afectan y permite definir, más asertivamente, las metas de la entidad y el marco dentro del cual debe operar.

## **2. JUSTIFICACIÓN**

Uno de los pilares de mayor importancia para una organización, es definir el rumbo que desea tomar, por lo cual es necesario plantear un direccionamiento estratégico, pues es éste el que define el enfoque y el alcance que la Entidad busca alcanzar, a través de un lineamiento que permita guiar a todo el equipo de trabajo por el mismo camino, y facilite establecer planes estratégicos que orienten a la entidad al éxito.

### **3. METODOLOGÍA PARA EL DESARROLLO DE LOS TRABAJOS**

El proceso de planeación plantea la necesidad de realizar la identificación de las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas, como requerimiento esencial para la definición de las estrategias de trabajo. Las estrategias se clasifican de acuerdo con el cruce de variables en Fortalezas-Amenazas (FA), Fortalezas-Oportunidades (FO), Debilidades-Amenazas (DA) y Debilidades-Oportunidades (DO).

Posteriormente se construyen las matrices MEFE y MEFI (Fred, R. David ,1997), como instrumento de análisis para determinar la posición estratégica de la organización frente a las condiciones del mercado actuales y las capacidades internas identificadas por el equipo planeador.

Con esta información se definen los objetivos estratégicos, usando el enfoque de las estrategias genéricas de Porter, para finalmente vincularlas con las 4 dimensiones del Balanced Scorecard (Kaplan y Norton 1992), como una estrategia de alineación de los objetivos estratégicos y los planes operativos. Para la formulación de planes operativos y su vinculación con los objetivos estratégicos definidos, se utiliza el enfoque de planes, programas y proyectos planteados por Andre-Egg, E. (1995), que permite la actualización oportuna de las intenciones operativas de la organización, ofreciendo la flexibilidad de abordar nuevos proyectos alineados a los objetivos estratégicos definidos en la planeación estratégica.

Dentro de este marco general, el plan de trabajo se desarrolló en las cuatro fases siguientes:

- **Fase 1. PREPARATORIA**

Esta fase consistió en el levantamiento de información relevante interna y externa. Se trató de organizar la información relevante que pudo ser presentada como insumo o base de discusión para el grupo de planeación.

En esta fase inicial, se procedió a realizar un diagnóstico de la Planeación Estratégica existente de la Cámara de Comercio de Sincelejo, con el fin de evaluar su grado de cumplimiento y así determinar una línea base que sirviera de referencia para las nuevas metas organizacionales a proyectar.

- **Fase 2. ENSIMISMAMIENTO**

Esta fase permitió al equipo planeador, pensar nuevamente en la Misión, Visión y Valores Corporativos de la Cámara de Comercio de Sincelejo.

- **Fase 3. ASIMILACIÓN**

En esta fase se procedió a entender, las motivaciones que llevaron a la Cámara de Comercio de Sincelejo a proyectarse de la situación actual a un nuevo estatus. En esta fase se dispuso de la mayor información posible en términos de datos y antecedentes, lo más exactos posibles, para discutirlos y socializarlos con el equipo de planeación.

- **Fase 4. ACOPLAMIENTO**

Con base en la Misión, Visión, Valores y el estudio de la información interna y externa

compartida con el equipo de planeación, se abordó el análisis interno y externo con base en la matriz FODA. Se establecieron las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas. Se definieron estrategias y objetivos estratégicos con apoyo de la matriz MEFE y MEFI, así como actividades, metas e indicadores.

### **3.1. PRINCIPIOS METODOLÓGICOS PARA EL DESARROLLO DE LAS SESIONES DE TRABAJO CON EL EQUIPO PLANEADOR**

Con el propósito de lograr la participación efectiva de los miembros del grupo de planeación estratégica, el proceso se desarrolló con base en tres principios metodológicos:

- 1. Principio de la Socialización.** Se refiere a la necesidad de compartir, a través de la comunicación, los asuntos de interés. Se apoyó con técnicas de lluvia de ideas, presentación y sustentación de ideas frente al grupo, entre otras.
- 2. Principio de Actividad.** Se trata del apoyo que el facilitador ofrece a los asistentes, para lograr concretar las inquietudes de los participantes. Se apoyó la discusión, análisis, ejercicios teóricos entre otras técnicas.
- 3. Principio de Intuición.** Se soporta en los eventos vividos o la experiencia de los participantes en los temas de interés. Como técnica se utilizó la discusión, con base en la experiencia directa de los participantes y la observación, entre otras.

En este sentido, se realizaron sesiones de trabajo que involucraron una fase teórica básica y luego la realización de discusiones abiertas y trabajo individual o en grupos conformados por los asistentes a las sesiones. También se hicieron ejercicios prácticos entre los participantes, que luego fueron compartidos en el grupo y consolidados.

**Nota Importante:** La actualización de la Planeación Estratégica de la Cámara de Comercio de Sincelejo, fue un proceso participativo y construido por el Grupo de Planeación Estratégica, conformado por los Líderes de Procesos, donde el Asesor realizó el papel de facilitador metodológico para alcanzar el propósito.

### **3.2. BALANCED SCORECARD O CUADRO DE MANDO INTEGRAL**

El Balanced Scorecard o Cuadro de Mando Integral, es una metodología de gestión estratégica utilizada para definir y hacer seguimiento a la estrategia de una organización. Esta metodología, creada por Robert Kaplan y David Norton, permite estructurar los objetivos estratégicos de forma dinámica e integral, para ponerlos a prueba según una serie de indicadores que evalúan el desempeño de todas las iniciativas y los proyectos necesarios para lograr su cumplimiento satisfactorio.

El BSC se basa en un correcto equilibrio y alineación entre los elementos de la estrategia global y los elementos operativos de la misma. Los elementos globales son: la misión (nuestro propósito), la visión (a qué aspiramos), los valores centrales (en qué creemos), las perspectivas y los objetivos. Por su parte, los elementos operativos son: los indicadores clave o KPI (ya sean indicadores inductores o de resultado) e iniciativas estratégicas.

#### **4. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA CÁMARA DE COMERCIO DE SINCELEJO 2022 - 2027**

Tomando como insumo el diagnóstico institucional realizado, los aportes del Grupo de Planeación Estratégica, el resultado del análisis de variables estratégicas, y el direccionamiento estratégico, se han obtenido los siguientes resultados.

##### **4.1. CONTEXTO EXTERNO**

Del Contexto Externo se identificaron las siguientes OPORTUNIDADES y AMENAZAS, consideradas de Mayor Impacto para los intereses de la Entidad.

##### **4.1.1. Oportunidades**

- ✓ **Oportunidad 1:**  
La expedición de normas orientadas a fomentar el crecimiento empresarial.
- ✓ **Oportunidad 2:**  
La implementación de políticas gubernamentales, que impulsan la formalización, el emprendimiento y la innovación a poblaciones productivas rurales, minorías étnicas, víctimas, vulnerables, reincorporados, reinsertados y organizaciones de base.
- ✓ **Oportunidad 3:**  
Creciente exigencia de los usuarios por un servicio de mayor calidad.
- ✓ **Oportunidad 4:**  
Crecimiento en el uso de herramientas TIC.
- ✓ **Oportunidad 5:**  
Políticas de estado orientadas a mantener índices económicos estables.

##### **4.1.2. Amenazas**

- ✓ **Amenaza 1:**  
Presentación de proyectos de ley de forma constante que buscan eliminar y/o modificar la estructura tarifaria de los registros públicos a cargo de las cámaras de comercio o la gratuidad de éstos.
- ✓ **Amenaza 2:**  
Los cambios constantes en materia tributaria y fiscal, ponen en riesgo la permanencia de las empresas.
- ✓ **Amenaza 3:**  
Ataques de ciberseguridad.
- ✓ **Amenazas 4:**  
Fraude registral
- ✓ **Amenaza 5:**  
Altos índices de informalidad.

## **4.2. CONTEXTO INTERNO**

Del Contexto Externo se identificaron las siguientes FORTALEZAS y DEBILIDAD, consideradas de Mayor Impacto para los intereses de la Entidad.

### **4.2.1. Fortalezas**

✓ **Fortaleza 1:**

Recurso Humano de la Entidad competente, profesional y experimentado.

✓ **Fortaleza 2:**

Sentido de pertenencia y compromiso del Recurso Humano.

✓ **Fortaleza 3:**

Experiencia de la Entidad en la operación y administración de proyectos de desarrollo empresarial y productivo.

✓ **Fortaleza 4:**

La disponibilidad y actualización de los sistemas informáticos.

✓ **Fortaleza 5:**

Eficiente gestión financiera de la Entidad.

### **4.2.2. Debilidades**

✓ **Debilidad 1:**

Indicadores financieros negativos, como el Capital de Trabajo, que impiden o limitan la participación de la Entidad en convocatorias cuyo objeto es el de acceder a recursos de cofinanciación para implementar programas, proyectos o actividades dirigidos al fortalecimiento empresarial y el desarrollo regional.

✓ **Debilidad 2:**

Carencia de Recurso Humano para atender nuevas líneas de negocios que permitan ofrecer nuevos servicios que generen ingresos.

✓ **Debilidad 3:**

Carencia de Recurso Humano para la formulación y gestión de proyectos de fortalecimiento empresarial.

✓ **Debilidad 4:**

Inexistencia, ineficacia o ineficiencia de la evaluación del riesgo.

✓ **Debilidad 5:**

Ausencia de un profesional del área de prensa y comunicaciones.

## **4.3. MISIÓN**

**Somos una Entidad privada, sin ánimo de lucro, y de carácter gremial, que administra los registros públicos encomendados por la ley, promueve la competitividad, el desarrollo empresarial de la región, la gobernanza institucional a través de la afiliación de sus empresarios, la participación ciudadana y los mecanismos alternativos de solución de conflictos.**

#### **4.4. VISIÓN**

**La Cámara de Comercio de Sincelejo se consolidará como una Entidad reconocida por su liderazgo y contribución al desarrollo empresarial y económico del departamento de Sucre.**

#### **4.5. VALORES**

- ✓ Liderazgo.
- ✓ Responsabilidad.
- ✓ Compromiso.
- ✓ Respeto.
- ✓ Transparencia.
- ✓ Solidaridad.

**Nota:** Se conservaron los Valores Institucionales.

#### **4.6. POLÍTICA ORGANIZACIONAL**

**En la Cámara de Comercio de Sincelejo estamos enfocados en alcanzar altos estándares de calidad en todos nuestros servicios e incrementar la satisfacción del cliente; a través del compromiso del Talento Humano, el mejoramiento continuo de los procesos y la sostenibilidad financiera.**

#### **4.7. DIRECTRICES ESTRATÉGICAS**

Tomando como ejes direccionadores la Misión, Visión, Valores y Política Organizacional, se procedió a determinar los factores de cambio, de manera que se logró identificar aquellos de mayor pertinencia, a las que se denominó "Directrices Estratégicas". Estas permitirán la construcción de los objetivos estratégicos.

Las Directrices Estratégicas de este ejercicio, se muestran a continuación:

- ✓ Administrar Registros Públicos.
- ✓ Promover la Competitividad.
- ✓ Desarrollo Empresarial.
- ✓ Gobernanza Institucional.
- ✓ Participación Ciudadana.
- ✓ Mecanismos Alternativos de Solución de Conflictos.
- ✓ Satisfacción del Cliente.
- ✓ Compromiso del Talento Humano.
- ✓ Mejoramiento Continuo.
- ✓ Sostenibilidad Financiera.

#### **4.8. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

A partir de las Directrices Estratégicas, se les solicitó al Grupo de Planeación Estratégica, que identificaran los Objetivos Estratégicos, los cuales son los fines a desarrollar a nivel estratégico, teniendo en cuenta, Sostenibilidad, Calidad en los Procesos Misionales y Aporte Estratégico de la Entidad al Desarrollo de la Región.

A continuación, se presentan las Formulaciones Estratégicas resultado del ejercicio y su relación con las Perspectivas del Balanced Scorecard o Cuadro de Mando Integral:

- **Perspectiva Financiera**

- ✓ Garantizar la solvencia financiera de la Cámara de Comercio de Sincelejo, mediante una adecuada gestión de los recursos, con el fin de asegurar la sostenibilidad de la Entidad.

- **Perspectiva Clientes**

- ✓ Incrementar la satisfacción del cliente, a través de la prestación de servicios de calidad, en pro de fortalecer la imagen positiva de la Entidad.

- **Perspectiva Procesos**

- ✓ Administrar la prestación de los servicios registrales, delegados por el Gobierno Nacional, fortaleciendo las competencias del recursos humano y potencializando el uso de las herramientas tecnológicas, para garantizar la prestación transparente, oportuna y eficiente de los servicios.
- ✓ Consolidar la Cámara de Comercio de Sincelejo como una agencia de desarrollo productivo, implementando servicios y programas de fortalecimiento empresarial, para contribuir al desarrollo económico y al mejoramiento de la competitividad regional.
- ✓ Promover la formalización empresarial de la jurisdicción, mediante la orientación, acompañamiento y simplificación de trámites, que faciliten la creación de empresas para el Desarrollo Empresarial de la región.
- ✓ Consolidar el Centro de Conciliación y Arbitraje de la Cámara de Comercio de Sincelejo, promocionando los servicios del centro, diversificando su oferta y fortaleciendo las competencias de sus operadores, con el fin de posicionarlo como el mejor prestador de servicios en MASC de la región, incrementar sus ingresos y garantizar su sostenibilidad.
- ✓ Impulsar la constitución, organización y el funcionamiento de las redes de veedurías ciudadanas en el área de la jurisdicción, a través de la promulgación, apoyo y asesorías a las comunidades, con criterios de concertación, dialogo y transparencia, para ejercer control y vigilancia a la gestión pública.
- ✓ Mejorar continuamente nuestros procesos, implementado mecanismo de control, para el logro de los objetivos Institucionales.
- ✓ Promover la afiliación de los Empresarios inscritos, que cumplan los requisitos señalados en la ley, mediante el desarrollo de productos y servicios orientados a los afiliados, con el fin de estimular la participación empresarial en la gestión de la Cámara de Comercio y el acceso a los servicios y programas especiales.

- **Perspectiva Aprendizaje y Crecimiento**

- ✓ Fortalecer el talento humano de la entidad, mediante el desarrollo de programas de bienestar y formación, con el fin de mejorar su desempeño y compromiso.

#### 4.9. OBJETIVOS E INDICADORES

| PERSPECTIVA | DIRECTRIZ ESTRATÉGICA          | OBJETIVO ESTRATÉGICO   | INDICADOR  | FÓRMULA   |
|-------------|--------------------------------|--|--|---|
| Financiera  | Sostenibilidad Financiera      | Garantizar la solvencia financiera de la Cámara de Comercio de Sincelejo, mediante una adecuada gestión de los recursos, con el fin de asegurar la sostenibilidad de la Entidad.   | Flujo de Caja                                      | Beneficios Netos + Amortizaciones + Provisiones + Cuentas por Pagar - Cuentas por Cobrar  |
| Clientes    | Satisfacción del Cliente       | Incrementar la satisfacción del cliente, a través de la prestación de servicios de calidad, en pro de fortalecer la imagen positiva de la Entidad.   | % de Satisfacción del Cliente                      | $\frac{\text{Número de Valoraciones Positivas}}{\text{Total de Valoraciones Obtenidas}} \times 100$   |
| Procesos    | Administrar Registros Públicos | Administrar la prestación de los servicios registrales, delegados por el Gobierno Nacional, fortaleciendo las competencias del recursos humano y potencializando el uso de las herramientas tecnológicas, para garantizar la prestación transparente, oportuna y eficiente de los servicios. | % de Cumplimiento de los Tiempos de Respuesta      | $\frac{\text{Número de Servicios Registrales Prestados, en los Tiempos Estipulados}}{\text{Número Total de Servicios Prestados}} \times 100$  |
| Procesos    | Promover la Competitividad     | Consolidar la Cámara de Comercio de Sincelejo como una agencia de desarrollo productivo, implementando servicios y programas de fortalecimiento empresarial, para contribuir al desarrollo económico y al mejoramiento de la competitividad regional.  | % de Empresas Atendidas                            | $\frac{(\text{Número de Empresas Atendidas en los Servicios y Programas de Fortalecimiento Empresarial, Ejecutados por la Cámara Durante el Año} - \text{Número de Empresas Atendidas en los Servicios y Programas de Fortalecimiento Empresarial, Ejecutados por la Cámara Durante el Año Anterior})}{\text{Número de Empresas Atendidas en los Servicios y Programas de Fortalecimiento Empresarial Ejecutados por la CCS Durante el Año Anterior}} \times 100$ |
| Procesos    | Desarrollo Empresarial         | Promover la formalización empresarial de la jurisdicción, mediante la orientación, acompañamiento y simplificación de trámites, que faciliten la creación de empresas para el Desarrollo Empresarial de la región.   | Índice de Crecimiento de Formalización Empresarial | $\frac{(\text{Número de Empresas Nuevas Formalizadas en el Año} - \text{Número de Empresas Nuevas Formalizadas en el Año Anterior})}{\text{Número de Empresas Nuevas Formalizadas en el Año Anterior}} \times 100$  |

| PERSPECTIVA               | DIRECTRIZ ESTRATÉGICA                             | OBJETIVO ESTRATÉGICO  | INDICADOR  | FÓRMULA  |
|---------------------------|---|---|--|--|
| Procesos                  | Mecanismos Alternativos de Solución de Conflictos | Consolidar el Centro de Conciliación y Arbitraje de la Cámara de Comercio de Sincelejo, promocionando los servicios del centro, diversificando su oferta y fortaleciendo las competencias de sus operadores, con el fin de posicionarlo como el mejor prestador de servicios en MASC de la región, incrementar sus ingresos y garantizar su sostenibilidad. | Incremento de los Ingresos   | $\frac{\text{Ingresos Durante el Año} - \text{Ingresos Durante el Año Anterior}}{\text{Ingresos Durante el Año Anterior}} \times 100$                                    |
| Procesos                  | Participación Ciudadana                           | Impulsar la constitución, organización y el funcionamiento de las redes de veedurías ciudadanas en el área de la jurisdicción, a través de la promulgación, apoyo y asesorías a las comunidades, con criterios de concertación, dialogo y transparencia, para ejercer control y vigilancia a la gestión pública.  | Eficacia en el Impulso de las Redes de Veedurías Ciudadanas                      | $\frac{\text{Número de Veedurías Atendidas (Constitución, Organización y Funcionamiento)}}{\text{Número de Veedurías Existentes en el Área de Jurisdicción}} \times 100$ |
| Procesos                  | Mejoramiento Continuo                             | Mejorar continuamente nuestros procesos, implementado mecanismo de control, para el logro de los objetivos Institucionales.   | Eficacia de los Programas de Mejoramiento Continuo                               | $\frac{\text{Número de Acciones de Mejoramiento Continuo Eficaces}}{\text{Total Acciones de Mejoramiento Continuo Tomadas}} \times 100$                                  |
| Procesos                  | Gobernanza Institucional                          | Promover la afiliación de los Empresarios inscritos, que cumplan los requisitos señalados en la ley, mediante el desarrollo de productos y servicios orientados a los afiliados, con el fin de estimular la participación empresarial en la gestión de la Cámara de Comercio y el acceso a los servicios y programas especiales.                            | Incremento del Número de Afiliados   | $\frac{\text{(Afiliados Período Vigente - Afiliados Período Anterior)}}{\text{Afiliados Período Anterior}} \times 100$   |
| Aprendizaje y Crecimiento | Compromiso del Talento Humano                     | Fortalecer el talento humano de la entidad, mediante el desarrollo de programas de bienestar y formación, con el fin de mejorar su desempeño y compromiso.  | % de Trabajadores con las Competencias Requeridas para el Logro de los Objetivos | $\frac{\text{Número de Trabajadores con las Competencias Requeridas para el Logro de los Objetivos}}{\text{Número Total de Trabajadores en la Entidad}} \times 100$      |

#### 4.10. INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

Para que el propósito formulado se pueda lograr, se requiere llevar a cabo unas estrategias. En el ámbito de este trabajo, entiéndase como estrategia, la forma en que se va a desarrollar o ejecutar las acciones para conseguir el objetivo.

A continuación, se presenta las diferentes estrategias planteadas en relación a sus variables estrategias.

| OBJETIVO ESTRATÉGICO   | INICIATIVAS ESTRATÉGICAS   | INDICADOR   | FÓRMULA  |
|--|--|---|--|
| Garantizar la solvencia financiera de la Cámara de Comercio de Sincelejo, mediante una adecuada gestión de los recursos, con el fin de asegurar la sostenibilidad de la Entidad. | Incrementar los ingresos de la Entidad y generar otros ingresos.   | Incremento de Ingresos  | $\frac{(\text{Ingresos Generados Año Vigente} - \text{Ingresos Generados Año Anterior})}{\text{Ingresos Generados Año Anterior}} \times 100$                 |
|  | Planear e implementar Plan de Marketing Corporativo.   | Eficacia del Plan de Marketing Implementado   | $\frac{\text{Número de Acciones Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones Implementadas}} \times 100$  |
|  | Incrementar la participación de los Ingresos Privados.   | Incremento de los Ingresos Privados   | $\frac{\text{Valor de los Ingresos Privados}}{\text{Valor Total de los Ingresos}} \times 100$  |
|  | Planear e implementar una Estrategia de Comunicación, para promover el cumplimiento de los comerciantes. | Eficacia de la Estrategia de Comunicación   | $\frac{\text{Número de Acciones de Comunicación Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones de Comunicación Implementadas}} \times 100$                  |
| Incrementar la satisfacción del cliente, a través de la prestación de servicios de calidad, en pro de fortalecer la imagen positiva de la Entidad.                               | Fortalecer los lazos de confianza con los empresarios.   | % de Percepción Positiva de los Empresarios   | $\frac{\text{Número de Empresarios que Tienen Una Percepción Positiva de la Entidad}}{\text{Total Empresarios Encuestados}} \times 100$                      |
|  | Mejorar continuamente los procesos internos, para garantizar la calidad en la prestación de servicios.   | % de Satisfacción de los Clientes en la Prestación de los Servicios                 | $\frac{\text{Número de Clientes Satisfechos}}{\text{Total de Clientes Encuestados}} \times 100$  |
|  | Mejorar la eficacia de los trámites registrales.   | % de Reducción de Tiempo de Respuesta para la Inscripción de Documentos Registrales | $1 - \frac{\text{Nuevo Tiempo de Respuesta por Tipo de Documento Registral}}{\text{Tiempo Inicial de Respuesta por Tipo de Documento Registral}} \times 100$ |
|  | Fortalecer la cultura del servicio al cliente, basado en competencias.                                   | % de Empleados Competentes en Servicio al Cliente                                   | $\frac{\text{Número de Trabajadores Competentes en Servicio al Cliente}}{\text{Total Empleados}} \times 100$   |

| OBJETIVO ESTRATÉGICO   | INICIATIVAS ESTRATÉGICAS  | INDICADOR   | FÓRMULA  |
|--|---|---|--|
| Garantizar la solvencia financiera de la Cámara de Comercio de Sincelejo, mediante una adecuada gestión de los recursos, con el fin de asegurar la sostenibilidad de la Entidad.   | Incrementar los ingresos de la Entidad y generar otros ingresos.  | Incremento de Ingresos  | $\frac{(\text{Ingresos Generados Año Vigente} - \text{Ingresos Generados Año Anterior})}{\text{Ingresos Generados Año Anterior}} \times 100$   |
|  | Planear e implementar Plan de Marketing Corporativo.  | Eficacia del Plan de Marketing Implementado   | $\frac{\text{Número de Acciones Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones Implementadas}} \times 100$  |
|  | Incrementar la participación de los Ingresos Privados.  | Incremento de los Ingresos Privados   | $\frac{\text{Valor de los Ingresos Privados}}{\text{Valor Total de los Ingresos}} \times 100$  |
|  | Planear e implementar una Estrategia de Comunicación, para promover el cumplimiento de los comerciantes.                    | Eficacia de la Estrategia de Comunicación   | $\frac{\text{Número de Acciones de Comunicación Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones de Comunicación Implementadas}} \times 100$<br>$\frac{\text{Número de Trabajadores de la Entidad}}{\text{Número de Trabajadores de la Entidad}}$                 |
| Administrar la prestación de los servicios registrales, delegados por el Gobierno Nacional, fortaleciendo las competencias del recursos humano y potencializando el uso de las herramientas tecnológicas, para garantizar la prestación transparente, oportuna y eficiente de los servicios. | Garantizar la confiabilidad de la información registral reportada.  | Índice de No Conformidades  | $\frac{\text{Número de Productos No Conformes Asociados a Servicios Registrales}}{\text{Total Servicios Registrales Prestados Durante el Período}} \times 100$   |
|  | Mejorar la eficacia de los trámites registrales.  | % de Reducción de Tiempo de Respuesta para la Inscripción de Documentos Registrales | $1 - \frac{\text{Nuevo Tiempo de Respuesta por Tipo de Documento Registral}}{\text{Tiempo Inicial de Respuesta por Tipo de Documento Registral}} \times 100$   |
|  | Potencializar el uso de las herramientas tecnológicas, a través de la sensibilización a los usuarios de registros públicos. | Incrementar el Uso de los Trámites Virtuales  | $\frac{(\text{Número de Servicios Prestados de Forma Virtual Durante el Año Actual} - \text{Número de Servicios Prestados de Forma Virtual Durante el Año Anterior})}{\text{Número de Servicios Prestados de Forma Virtual Durante el Año Anterior}} \times 100$ |

| OBJETIVO ESTRATÉGICO  | INICIATIVAS ESTRATÉGICAS   | INDICADOR  | FÓRMULA   |
|---|--|--|---|
| Garantizar la solvencia financiera de la Cámara de Comercio de Sincelejo, mediante una adecuada gestión de los recursos, con el fin de asegurar la sostenibilidad de la Entidad.  | Incrementar los ingresos de la Entidad y generar otros ingresos.   | Incremento de Ingresos                                     | $\frac{(\text{Ingresos Generados Año Vigente} - \text{Ingresos Generados Año Anterior})}{\text{Ingresos Generados Año Anterior}} \times 100$  |
|   | Planear e implementar Plan de Marketing Corporativo.   | Eficacia del Plan de Marketing Implementado                | $\frac{\text{Número de Acciones Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones Implementadas}} \times 100$   |
|   | Incrementar la participación de los Ingresos Privados.   | Incremento de los Ingresos Privados                        | $\frac{\text{Valor de los Ingresos Privados}}{\text{Valor Total de los Ingresos}} \times 100$   |
|   | Planear e implementar una Estrategia de Comunicación, para promover el cumplimiento de los comerciantes.               | Eficacia de la Estrategia de Comunicación                  | $\frac{\text{Número de Acciones de Comunicación Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones de Comunicación Implementadas}} \times 100$ $\frac{\text{Número de Servicios Prestados de Forma Virtual Durante el Año Anterior}}{\text{Número de Servicios Prestados de Forma Virtual Durante el Año Anterior}}$ |
|   | Mejorar continuamente los procesos internos, para garantizar la calidad en la prestación de los servicios registrales. | % de Satisfacción de los Clientes de Servicios Registrales | $\frac{\text{Número de Clientes Satisfechos}}{\text{Total de Clientes Encuestados}} \times 100$   |
| Consolidar la Cámara de Comercio de Sincelejo como una agencia de desarrollo productivo, implementando servicios y programas de fortalecimiento empresarial, para contribuir al desarrollo económico y al mejoramiento de la competitividad regional. | Apoyar la participación de empresarios en eventos de promoción comercial, locales, nacionales e internacionales.       | % de Empresas Beneficiadas                                 | $\frac{\text{Número de Empresas y Organizaciones Beneficiadas}}{\text{Número de Empresas y Organizaciones Proyectadas por Beneficiar}} \times 100$  |
|   | Realizar formación y actualización a empresas, organizaciones y unidades productivas.                                  | % de Empresas Capacitadas                                  | $\frac{\text{Número de Empresas y Organizaciones Capacitadas}}{\text{Número de Empresas y Organizaciones Proyectadas para Capacitar}} \times 100$   |

| OBJETIVO ESTRATÉGICO   | INICIATIVAS ESTRATÉGICAS   | INDICADOR                                   | FÓRMULA  |
|--|--|---|--|
| Garantizar la solvencia financiera de la Cámara de Comercio de Sincelejo, mediante una adecuada gestión de los recursos, con el fin de asegurar la sostenibilidad de la Entidad. | Incrementar los ingresos de la Entidad y generar otros ingresos.   | Incremento de Ingresos                      | $\frac{(\text{Ingresos Generados Año Vigente} - \text{Ingresos Generados Año Anterior})}{\text{Ingresos Generados Año Anterior}} \times 100$   |
|  | Planear e implementar Plan de Marketing Corporativo.   | Eficacia del Plan de Marketing Implementado | $\frac{\text{Número de Acciones Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones Implementadas}} \times 100$  |
|  | Incrementar la participación de los Ingresos Privados.   | Incremento de los Ingresos Privados         | $\frac{\text{Valor de los Ingresos Privados}}{\text{Valor Total de los Ingresos}} \times 100$  |
|  | Planear e implementar una Estrategia de Comunicación, para promover el cumplimiento de los comerciantes. | Eficacia de la Estrategia de Comunicación   | $\frac{\text{Número de Acciones de Comunicación Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones de Comunicación Implementadas}} \times 100$  |
|  | Realizar asesoría y acompañamiento a empresas, organizaciones y unidades productivas.                    | % de Empresas Asesoradas                    | $\frac{\text{Número de Empresas y Organizaciones Asesoradas}}{\text{Número de Empresas y Organizaciones Projectados para Asesorar}} \times 100$  |
|  | Eventos de capacitación para grupos de interés de la Cámara de Comercio.                                 | % de Usuarios Capacitados                   | $\frac{\text{Número de Usuarios Capacitados}}{\text{Número de Usuarios Projectados para Capacitar}} \times 100$  |
|  | Potencializar el emprendimiento, fortalecer capacidades blandas, técnicas, financieras y de gestión.     | % de Emprendimientos Atendidos              | $\frac{\text{Número de Emprendimientos (con Registro Mercantil) Atendidos}}{\text{Número de Emprendimientos Projectados por Atender}} \times 100$  |
|  | Acompañar empresas para desarrollar innovación en sus procesos y/o productos.                            | % de Empresas Atendidas                     | $\frac{\text{Número de Empresas Atendidas, con Programas o Estrategias de Apoyo a la Innovación}}{\text{Número de Empresas Atendidas, con Programas o Estrategias de Apoyo a la Innovación}} \times 100$ |

| OBJETIVO ESTRATÉGICO   | INICIATIVAS ESTRATÉGICAS  | INDICADOR                                   | FÓRMULA   |
|--|---|---|---|
| Garantizar la solvencia financiera de la Cámara de Comercio de Sincelejo, mediante una adecuada gestión de los recursos, con el fin de asegurar la sostenibilidad de la Entidad. | Incrementar los ingresos de la Entidad y generar otros ingresos.  | Incremento de Ingresos                      | $\frac{(\text{Ingresos Generados Año Vigente} - \text{Ingresos Generados Año Anterior})}{\text{Ingresos Generados Año Anterior}} \times 100$  |
|  | Planear e implementar Plan de Marketing Corporativo.  | Eficacia del Plan de Marketing Implementado | $\frac{\text{Número de Acciones Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones Implementadas}} \times 100$   |
|  | Incrementar la participación de los Ingresos Privados.  | Incremento de los Ingresos Privados         | $\frac{\text{Valor de los Ingresos Privados}}{\text{Valor Total de los Ingresos}} \times 100$   |
|  | Planear e implementar una Estrategia de Comunicación, para promover el cumplimiento de los comerciantes.  | Eficacia de la Estrategia de Comunicación   | $\frac{\text{Número de Acciones de Comunicación Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones de Comunicación Implementadas}} \times 100$ $\frac{\text{Número de Empresas Projectadas por Atender con Programas o Estrategias a la Innovación}}{\text{Total Acciones de Comunicación Implementadas}}$ |
|  | Promover y facilitar la participación de empresas en programas de formación, asistencia técnica y comercialización, en materia de comercio internacional. | % de Empresas Atendidas                     | $\frac{\text{Número de Empresas Acompañadas en Estrategias de Internacionalización}}{\text{Número de Empresas Acompañadas en Estrategias de Internacionalización Projectadas por Atender}} \times 100$  |
|  | Fortalecer y acompañar a las empresas con el objetivo de aumentar su productividad.   | % de Empresas Atendidas                     | $\frac{\text{Número de Empresas Acompañadas en Programas Orientados a Aumentar la Productividad}}{\text{Número de Empresas Acompañadas en Programas Orientados a Aumentar la Productividad Projectadas por Atender}} \times 100$  |
|  | Apoyar el fortalecimiento de iniciativas clúster o cadenas de valor priorizadas.  | % de Empresas Atendidas                     | $\frac{\text{Número de Empresas Atendidas}}{\text{Total}} \times 100$   |

| OBJETIVO ESTRATÉGICO   | INICIATIVAS ESTRATÉGICAS   | INDICADOR  | FÓRMULA  |
|--|--|--|--|
| Garantizar la solvencia financiera de la Cámara de Comercio de Sincelejo, mediante una adecuada gestión de los recursos, con el fin de asegurar la sostenibilidad de la Entidad.                                   | Incrementar los ingresos de la Entidad y generar otros ingresos.   | Incremento de Ingresos                             | $\frac{(\text{Ingresos Generados Año Vigente} - \text{Ingresos Generados Año Anterior})}{\text{Ingresos Generados Año Anterior}} \times 100$   |
|  | Planear e implementar Plan de Marketing Corporativo.   | Eficacia del Plan de Marketing Implementado        | $\frac{\text{Número de Acciones Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones Implementadas}} \times 100$  |
|  | Incrementar la participación de los Ingresos Privados.   | Incremento de los Ingresos Privados                | $\frac{\text{Valor de los Ingresos Privados}}{\text{Valor Total de los Ingresos}} \times 100$  |
|  | Planear e implementar una Estrategia de Comunicación, para promover el cumplimiento de los comerciantes.           | Eficacia de la Estrategia de Comunicación          | $\frac{\text{Número de Acciones de Comunicación Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones de Comunicación Implementadas}} \times 100$<br>$\frac{\text{Número de Empresas Proyectadas a Atender}}{\text{Número de Empresas Proyectadas a Atender}}$ |
|  | Apoyar la gestión de proyectos del sistema de competitividad departamental.  | % de Proyectos Acompañados                         | $\frac{\text{Número de Proyectos Acompañados en la Formulación o Gestión}}{\text{Número Total de Proyectos Proyectados}} \times 100$   |
|  | Generar información socioeconómica de la jurisdicción y el Departamento de Sucre.                                  | Número de Estudios Socioeconómicos Elaborados      | Número de Estudios Elaborados  |
| Promover la formalización empresarial de la jurisdicción, mediante la orientación, acompañamiento y simplificación de trámites, que faciliten la creación de empresas para el Desarrollo Empresarial de la región. | Brindar formación y asesorías para la formalización empresarial a empresas, organizaciones y unidades productivas. | % de Cumplimiento del Plan de Formación y Asesoría | $\frac{\text{Número de Empresas, Organizaciones Productivas y Unidades Productivas Atendidas}}{\text{Número de Empresas, Organizaciones Productivas y Unidades Productivas Proyectadas a Atender}} \times 100$   |
|  |  |  | $\times 100$   |



| OBJETIVO ESTRATÉGICO   | INICIATIVAS ESTRATÉGICAS  | INDICADOR  | FÓRMULA   |
|--|---|--|---|
| Garantizar la solvencia financiera de la Cámara de Comercio de Sincelejo, mediante una adecuada gestión de los recursos, con el fin de asegurar la sostenibilidad de la Entidad. | Incrementar los ingresos de la Entidad y generar otros ingresos.  | Incremento de Ingresos   | $\frac{(\text{Ingresos Generados Año Vigente} - \text{Ingresos Generados Año Anterior})}{\text{Ingresos Generados Año Anterior}} \times 100$  |
|  | Planear e implementar Plan de Marketing Corporativo.  | Eficacia del Plan de Marketing Implementado                          | $\frac{\text{Número de Acciones Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones Implementadas}} \times 100$   |
|  | Incrementar la participación de los Ingresos Privados.  | Incremento de los Ingresos Privados                                  | $\frac{\text{Valor de los Ingresos Privados}}{\text{Valor Total de los Ingresos}} \times 100$   |
|  | Planear e implementar una Estrategia de Comunicación, para promover el cumplimiento de los comerciantes.            | Eficacia de la Estrategia de Comunicación                            | $\frac{\text{Número de Acciones de Comunicación Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones de Comunicación Implementadas}} \times 100$   |
|  | Realizar eventos de capacitación a MIPYMES y unidades productivas para la formalización.                            | % de Cumplimiento del Plan de Capacitación a MiPymes                 | $\frac{\text{Número de Eventos de Capacitación a MIPYMES y Unidades Productivas, Realizados}}{\text{Número de Eventos de Capacitación a MIPYMES y Unidades Productivas, Planeados}} \times 100$ |
|  | Realizar jornadas de formalización y asesoría para la formalización empresarial.                                    | Incrementar la Eficacia en los Procesos de Formalización Empresarial | $\frac{\text{Número de Unidades Productivas Acompañadas, en Proceso de Formalización Empresarial}}{\text{Número de Unidades Productivas Identificadas e Intervenidas}} \times 100$              |
|  | Realizar servicios de promotoría registral, para la formalización y asesoría de los empresarios de la jurisdicción. | % de Cumplimiento del Plan de Servicios de Promotoría Registral      | $\frac{\text{Número de Empresas Atendidas}}{\text{Número Empresas Proyectadas a Atender}} \times 100$   |
| Elaboración de censo de establecimientos comerciales.  |   |  | $\frac{\text{Número de Censos Realizados}}{\text{Número de Censos Realizados}} \times 100$  |

| OBJETIVO ESTRATÉGICO  | INICIATIVAS ESTRATÉGICAS   | INDICADOR   | FÓRMULA   |
|---|--|---|---|
| Garantizar la solvencia financiera de la Cámara de Comercio de Sincelejo, mediante una adecuada gestión de los recursos, con el fin de asegurar la sostenibilidad de la Entidad.  | Incrementar los ingresos de la Entidad y generar otros ingresos.   | Incremento de Ingresos  | $\frac{(\text{Ingresos Generados Año Vigente} - \text{Ingresos Generados Año Anterior})}{\text{Ingresos Generados Año Anterior}} \times 100$  |
|   | Planear e implementar Plan de Marketing Corporativo.   | Eficacia del Plan de Marketing Implementado   | $\frac{\text{Número de Acciones Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones Implementadas}} \times 100$   |
|   | Incrementar la participación de los Ingresos Privados.   | Incremento de los Ingresos Privados   | $\frac{\text{Valor de los Ingresos Privados}}{\text{Valor Total de los Ingresos}} \times 100$   |
|   | Planear e implementar una Estrategia de Comunicación, para promover el cumplimiento de los comerciantes.   | Eficacia de la Estrategia de Comunicación<br><br>% de Cumplimiento del Plan de Censos | $\frac{\text{Número de Acciones de Comunicación Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones de Comunicación Implementadas}} \times 100$<br><br>$\frac{\text{Número de Censos Proyectados}}{\text{Número de Censos Proyectados}} \times 100$ |
| Consolidar el Centro de Conciliación y Arbitraje de la Cámara de Comercio de Sincelejo, promocionando los servicios del centro, diversificando su oferta y fortaleciendo las competencias de sus operadores, con el fin de posicionarlo como el mejor prestador de servicios en MASC de la región, incrementar sus ingresos y garantizar su sostenibilidad. | Promover los Métodos Alternos de Solución de Conflictos - MASC.  | Aumentar el Valor de los Ingresos por Servicios del Centro de Conciliación            | $\frac{(\text{Ingresos Durante el Año} - \text{Ingresos Durante el Año Anterior})}{\text{Ingresos Durante el Año Anterior}} \times 100$   |
|   | Diversificar la oferta de servicios del Centro de Conciliación y Arbitraje de la Cámara, a través de la prestación de otros tipos de MASC, para incrementar los ingresos del centro. | Incremento de Ingresos del Centro, por Nuevos Servicios de MASC                       | $\frac{\text{Ingresos por Nuevos Servicios de MASC}}{\text{Total Ingresos del Centro}} \times 100$  |
|   | Fortalecer las competencias de los Operadores del Centro de Conciliación, a través de capacitaciones en conciliación y arbitraje.  | % de Cumplimiento del Programa de Formación de Operadores                             | $\frac{\text{Número de Actividades de Formación Ejecutadas}}{\text{Total Actividades de Formación Planeadas}} \times 100$   |
|   |  |   | $\times 100$  |

| OBJETIVO ESTRATÉGICO  | INICIATIVAS ESTRATÉGICAS  | INDICADOR   | FÓRMULA  |
|---|---|---|--|
| <p>Garantizar la solvencia financiera de la Cámara de Comercio de Sincelejo, mediante una adecuada gestión de los recursos, con el fin de asegurar la sostenibilidad de la Entidad.</p> | Incrementar los ingresos de la Entidad y generar otros ingresos.  | Incremento de Ingresos  | $\frac{(\text{Ingresos Generados Año Vigente} - \text{Ingresos Generados Año Anterior})}{\text{Ingresos Generados Año Anterior}} \times 100$       |
|   | Planear e implementar Plan de Marketing Corporativo.  | Eficacia del Plan de Marketing Implementado   | $\frac{\text{Número de Acciones Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones Implementadas}} \times 100$  |
|   | Incrementar la participación de los Ingresos Privados.  | Incremento de los Ingresos Privados   | $\frac{\text{Valor de los Ingresos Privados}}{\text{Valor Total de los Ingresos}} \times 100$  |
|   | Planear e implementar una Estrategia de Comunicación, para promover el cumplimiento de los comerciantes.  | Eficacia de la Estrategia de Comunicación   | $\frac{\text{Número de Acciones de Comunicación Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones de Comunicación Implementadas}} \times 100$        |
|   | Desarrollar programas orientados a capacitar y organizar a las comunidades en el ejercicio del Control Social Participativo a la Gestión Pública. | % de Cumplimiento de los Programas  | $\frac{\text{Número de Comunidades Capacitadas y Organizadas}}{\text{Número Total de Comunidades Proyectadas a Capacitar y Organizar}} \times 100$ |
|   | Fortalecer las Veedurías Ciudadanas existentes.   | % de Veedurías Ciudadanas Fortalecidas  | $\frac{\text{Número de Veedurías Ciudadanas Fortalecidas}}{\text{Número Total de Veedurías Ciudadanas Registradas Ante la Cámara}} \times 100$     |
|   | Organizar nuevas redes de Veedurías Ciudadanas.   | % de Nuevas Redes de Veedurías Ciudadanas   | $\frac{\text{Número de Redes de Veedurías Organizadas}}{\text{Número de Organizaciones Convocadas}} \times 100$                                    |
| Incrementar alianzas con entidades de apoyo a las Veedurías Ciudadanas.   | % de Incremento de Alianzas   | $\frac{(\text{Número de Alianzas del Período Actual} - \text{Número de Alianzas del Período Anterior})}{\text{Número de Alianzas del Período Anterior}} \times 100$ |  |

| OBJETIVO ESTRATÉGICO   | INICIATIVAS ESTRATÉGICAS   | INDICADOR  | FÓRMULA   |
|--|--|--|---|
| Garantizar la solvencia financiera de la Cámara de Comercio de Sincelejo, mediante una adecuada gestión de los recursos, con el fin de asegurar la sostenibilidad de la Entidad. | Incrementar los ingresos de la Entidad y generar otros ingresos.   | Incremento de Ingresos                             | $\frac{(\text{Ingresos Generados Año Vigente} - \text{Ingresos Generados Año Anterior})}{\text{Ingresos Generados Año Anterior}} \times 100$                              |
|  | Planear e implementar Plan de Marketing Corporativo.   | Eficacia del Plan de Marketing Implementado        | $\frac{\text{Número de Acciones Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones Implementadas}} \times 100$   |
|  | Incrementar la participación de los Ingresos Privados.   | Incremento de los Ingresos Privados                | $\frac{\text{Valor de los Ingresos Privados}}{\text{Valor Total de los Ingresos}} \times 100$   |
|  | Planear e implementar una Estrategia de Comunicación, para promover el cumplimiento de los comerciantes.   | Eficacia de la Estrategia de Comunicación          | $\frac{\text{Número de Acciones de Comunicación Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones de Comunicación Implementadas}} \times 100$                               |
|  | Inclusión de otros Grupos de Interés, representantes de organizaciones sociales jurisdiccionales.  | % de Inclusión de Otros Grupos de Interés          | $\frac{\text{Número de Grupos de Interés Incluidos}}{\text{Número de Grupos Participantes}} \times 100$   |
| Mejorar continuamente nuestros procesos, implementado mecanismo de control, para el logro de los objetivos Institucionales.  | Optimizar Nuestros Procesos, Minimizando Riesgos y Pérdidas, con el Fin de Crear Valor.  | Proporción de Vigilancia de la Gestión del Riesgo  | $\frac{\text{Número Total de Riesgos Priorizados y Gestionados}}{\text{Número Total de Riesgos Priorizados}} \times 100$  |
|  | Desarrollar actividades de mejoramiento continuo, a través de la Cultura del Autocontrol.  | % de Actividades de Mejoramiento Continuo Eficaces | $\frac{\text{Número de Actividades de Mejoramiento Continuo Eficaces}}{\text{Número Total de Actividades de Mejoramiento Continuo Adelantadas en la Entidad}} \times 100$ |
|  | Fortalecer el Sistema de Gestión de la Calidad de la Entidad, Mediante la Evaluación Permanente y Proactiva de los Procesos, con el fin de Minimizar los Productos No Conformes. | % Reducción de Productos No Conformes              | $1 - \frac{\text{Número de Productos No Conformes Durante el Período}}{\text{Número de Productos No Conformes Durante el Período Anterior}} \times 100$                   |

| OBJETIVO ESTRATÉGICO   | INICIATIVAS ESTRATÉGICAS  | INDICADOR   | FÓRMULA  |
|--|---|---|--|
| Garantizar la solvencia financiera de la Cámara de Comercio de Sincelejo, mediante una adecuada gestión de los recursos, con el fin de asegurar la sostenibilidad de la Entidad.   | Incrementar los ingresos de la Entidad y generar otros ingresos.  | Incremento de Ingresos  | $\frac{(\text{Ingresos Generados Año Vigente} - \text{Ingresos Generados Año Anterior})}{\text{Ingresos Generados Año Anterior}} \times 100$                     |
|  | Planear e implementar Plan de Marketing Corporativo.  | Eficacia del Plan de Marketing Implementado   | $\frac{\text{Número de Acciones Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones Implementadas}} \times 100$  |
|  | Incrementar la participación de los Ingresos Privados.  | Incremento de los Ingresos Privados   | $\frac{\text{Valor de los Ingresos Privados}}{\text{Valor Total de los Ingresos}} \times 100$  |
|  | Planear e implementar una Estrategia de Comunicación, para promover el cumplimiento de los comerciantes.                                    | Eficacia de la Estrategia de Comunicación   | $\frac{\text{Número de Acciones de Comunicación Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones de Comunicación Implementadas}} \times 100$                      |
| Promover la afiliación de los Empresarios inscritos, que cumplan los requisitos señalados en la ley, mediante el desarrollo de productos y servicios orientados a los afiliados, con el fin de estimular la participación empresarial en la gestión de la Cámara de Comercio y el acceso a los servicios y programas especiales. | Establecer un portafolio de servicios orientado a brindar beneficios especiales a los afiliados   | % de Renovación de Afiliados  | $\frac{\text{Número de Afiliados Renovados}}{\text{Número de Afiliados del Año Anterior}} \times 100$  |
|  | Incrementar el número de afiliados.   | Incremento del Número de Afiliados  | $\frac{(\text{Afiliados Período Vigente} - \text{Afiliados Período Anterior})}{\text{Afiliados Período Anterior}} \times 100$                                    |
| Fortalecer el talento humano de la entidad, mediante el desarrollo de programas de bienestar y formación, con el fin de mejorar su desempeño y compromiso.   | Desarrollar el Talento Humano de la empresa, mediante la formación integral del personal, con miras al logro de los Objetivos Estratégicos. | % de Personas con las Competencias Requeridas para el Logro de los Objetivos Estratégicos | $\frac{\text{Número de Personas con las Competencias Requeridas para el Logro de los Objetivos}}{\text{Número Total de Personas en la Organización}} \times 100$ |
|  | Diseñar e implementar un Plan Institucional de Capacitación, orientado a al logro de los Objetivos Estratégicos de la Entidad.              | % de Cumplimiento del Plan de Capacitación  | $\frac{\text{Número de Capacitaciones Realizadas}}{\text{Número de Capacitaciones Programadas}} \times 100$  |
|  | Mejorar el Clima Organizacional de la Entidad.  |   | $\frac{\text{Número de Empleados Satisfechos}}{\text{Número Total de Empleados}} \times 100$   |

| OBJETIVO ESTRATÉGICO   | INICIATIVAS ESTRATÉGICAS   | INDICADOR  | FÓRMULA  |
|--|--|--|--|
| Garantizar la solvencia financiera de la Cámara de Comercio de Sincelejo, mediante una adecuada gestión de los recursos, con el fin de asegurar la sostenibilidad de la Entidad. | Incrementar los ingresos de la Entidad y generar otros ingresos.   | Incremento de Ingresos   | $\frac{(\text{Ingresos Generados Año Vigente} - \text{Ingresos Generados Año Anterior})}{\text{Ingresos Generados Año Anterior}} \times 100$   |
|  | Planear e implementar Plan de Marketing Corporativo.   | Eficacia del Plan de Marketing Implementado  | $\frac{\text{Número de Acciones Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones Implementadas}} \times 100$  |
|  | Incrementar la participación de los Ingresos Privados.   | Incremento de los Ingresos Privados  | $\frac{\text{Valor de los Ingresos Privados}}{\text{Valor Total de los Ingresos}} \times 100$  |
|  | Planear e implementar una Estrategia de Comunicación, para promover el cumplimiento de los comerciantes.   | Eficacia de la Estrategia de Comunicación<br><br>% de Satisfacción de los Trabajadores | $\frac{\text{Número de Acciones de Comunicación Implementadas y Eficaces}}{\text{Total Acciones de Comunicación Implementadas}} \times 100$<br><br>$\frac{\text{Total Empleados Encuestados}}{\text{Total Empleados Encuestados}}$ |
|  | Proteger la Seguridad y Salud de Todos los Trabajadores, Mediante la Mejora Continua del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), en Pro de Reducir al Mínimo los Incidentes, Accidentes y Enfermedades Laborales que se Puedan Presentar. | % de Incidentes, Accidentes y Enfermedades Laborales (IIAEL)                           | $\frac{\Sigma(\text{Incidentes} + \text{Accidentes} + \text{Enfermedades Laborales}) \text{ Ocurridos Durante el Período}}{\text{Número de Trabajadores de la Entidad}} \times 100$  |