



# Plan Estratégico

---

## 2025-2028



Cámara de Comercio  
del Huila

**Lina Marcela Carrera**

Presidente

**Junta directiva**

**Mario Fernando Gómez Urquina**

Presidente

**José Humberto Bocanegra Campos**

Vicepresidente

**Representantes del Gobierno Nacional**

Armando Cuéllar Arteaga

José Humberto Bocanegra Campos

Marnie Conde Quintero

Carlos Mauricio Rojas Gómez

Carlos Andrés Farfán Álvarez

Manuel Ricardo Collazos Cabrera

**Representantes del Comercio**

Masseq Proyectos e Ingeniería SAS – Jaime Andrés Trujillo López

Olga Rojas de Borrero

María Antonia Estupiñán Téllez

Kawa Comercio Sostenible SAS Bic – Mario Fernando Gómez Urquina

Ángela María Mónica Rocío Perdomo Tejada

Oswaldo Calderón Trujillo

Javier Sleyner Pardo Barrero

Centro Agroindustrial y de Exposiciones del Huila S.A. Ceagrodex del Huila S.A – Jimeno Durán García

Jesús María Artunduaga Gutiérrez

MC Diseños SAS – Madelen Rocío Muñoz Escalante

Andrea Lorena Hernández Tejada

Alexander Naranjo Gasca

Neiva, diciembre 2024

# **PLAN ESTRATÉGICO**

## **CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA**

### **2025 – 2028**

## **Contenido**

<b>1. Estado del arte</b>	7
<b>1.1. Marco institucional</b>	7
1.1.1. Naturaleza jurídica de las cámaras de comercio	7
1.1.2. Funciones de las cámaras de comercio	7
1.1.3. Cobertura en servicios	9
1.1.4. Normas que definen la competencia de la entidad	9
1.1.5. Plan Nacional de Desarrollo	28
1.1.6. Índice de competitividad evolutiva	31
1.1.7. Programa de gobierno departamental	32
1.1.8. Tejido empresarial	33
<b>1.2. La Cámara de Comercio del Huila</b>	34
1.2.1. Historia	34
1.2.2. Valores corporativos	36
1.2.3. Documentos rectores de la Cámara de Comercio del Huila	37
<b>1.3. Evaluación del Plan Estratégico de la Cámara de Comercio del Huila 2020-2025</b>	37
<b>1.4. Análisis DOFA</b>	41
1.4.1. Trazabilidad entre la Matriz DOFA y las Estrategias del Plan Estratégico	44
<b>2. Tendencias mundiales y oportunidades de innovación relacionadas a las Cámaras de Comercio</b>	50
<b>3. Variables estratégicas, escenario de futuro y juego de actores</b>	57
3.1. Propósito superior	57
3.2. Variables estratégicas	58
3.3. Escenario de futuro	62
3.4. Juegos de actores	62

<b>4. Estrategias, tácticas y metas</b>	66
4.1. Estrategias y tácticas	66
4.2. Metas	69
4.2.1. Fichas de indicadores	71
<b>5. Roadmap y matriz del plan estratégico</b>	73
5.1. Roadmap	73
5.2. Matriz del plan estratégico	75
<b>6. Proyectos estratégicos</b>	81
6.1. Huila E Centro Empresarial	81
6.2. Parque Industrial (antigua ZFS)	81
6.3. Unidad de proyectos	82
6.4. Fortalecimiento Empresarial y Asociativo del Surcolombiano	82
6.5. Centros empresariales	83
6.6. Internacionalización	83
<b>Bibliografía</b>	83

## Índice de tablas

Tabla 1. Normatividad del Registro Mercantil .....	9
Tabla 2. Normatividad del Registro de Entidades Sin Ánimo de Lucro – ESAL .....	12
Tabla 3. Normatividad del Registro Único de Proponentes – RUP .....	14
Tabla 4. Normatividad del Registro Nacional de Turismo – RNT .....	15
Tabla 5. Normatividad del Registro Único Nacional de Entidades Operadoras de Libranza- RONEOL.....	17
Tabla 6. Normatividad Conciliación y Arbitraje .....	18
Tabla 7. Otra Normatividad de Interés .....	21
Tabla 8. Normas Generales y del Régimen Corporativo de las Cámaras de Comercio .....	26
Tabla 9. Transformaciones del PND “Colombia potencia mundial de la vida” .....	28
Tabla 10. Objetivos de los pilares del programa de gobierno “Por Un Huila Grande” .....	32
Tabla 11. Nivel de cumplimiento por objetivo .....	37
Tabla 12. Cumplimiento de metas del Objetivo 1 .....	38
Tabla 13. Cumplimiento de metas del Objetivo 2.....	38
Tabla 14. Cumplimiento de metas del Objetivo 3.....	40
Tabla 15. Cumplimiento de metas del Objetivo 4.....	40
Tabla 16. Cumplimiento de metas del Objetivo 5.....	41
Tabla 17. Matriz DOFA .....	42
Tabla 18. Tendencias identificadas por área para la Cámara de Comercio del Huila.....	55
Tabla 19. Variables estratégicas identificadas por eje estratégico para la Cámara de Comercio del Huila .	60
Tabla 20. Estrategias definidas para la Cámara de Comercio del Huila .....	60
Tabla 21. Estrategias y tácticas para el objetivo estratégico 1.....	66
Tabla 22. Estrategias y tácticas para el objetivo estratégico 2.....	68
Tabla 23. Estrategias y tácticas para el objetivo estratégico 3.....	69
Tabla 24. Estrategias y tácticas para el objetivo estratégico 4.....	69
Tabla 25. Matriz del plan estratégico.....	75

## Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Clúster general de los resultados de la revisión académica y tecnológica realizada.....	50
Ilustración 2. Clúster 1: negocios e innovación verde para la conservación de los recursos naturales .....	51
Ilustración 3. Clúster 2: innovación en modelos de negocio basados en innovación disruptiva, tecnología, transformación digital, biotecnología, social media y negocios internacionales .....	51
Ilustración 4. Clúster 3: Pequeños negocios de jóvenes emprendedores líderes enfocados en el trabajo colaborativo, innovación abierta y flexibilidad laboral.....	52
Ilustración 5. Clúster 4: Gestión del emprendimiento y la innovación social orientado a los objetivos de desarrollo sostenible .....	52
Ilustración 6. Clúster 5: comercio competitivo basado en emprendimientos verdes, desarrollo sostenible e innovación tecnológica. ....	53
Ilustración 7. Clúster 6: educación emprendedora a estudiantes universitarios basado en inteligencia artificial e innovación tecnológica.....	53
Ilustración 8. Clúster 7: Emprendimientos basados en innovación biotecnología.....	54
Ilustración 9. Clúster 8: Innovación organizacional en pequeños negocios .....	54
<i>Ilustración 10. Convergencia entre actores .....</i>	<i>63</i>
<i>Ilustración 11. Implicación de los actores sobre las estrategias .....</i>	<i>64</i>
<i>Ilustración 12. Ejemplo de ficha técnica de indicador .....</i>	<i>72</i>
<i>Ilustración 13. Roadmap.....</i>	<i>73</i>

## **1. Estado del arte**

### **1.1. Marco institucional**

#### **1.1.1. Naturaleza jurídica de las cámaras de comercio**

Las cámaras de comercio en Colombia, como delegatarias legales de funciones públicas se constituyen en un modelo de colaboración público – privado a través de las cuales se realizan los fines constitucionales de promoción de la prosperidad general del empresariado, de la libertad de empresa como base del desarrollo nacional, de solidaridad y de participación en la vida económica nacional.

Las cámaras de comercio, son personas jurídicas sin ánimo de lucro, de carácter corporativo y gremial, sujetas en la ejecución de todos sus actos de administración, gestión y contratación al derecho privado, las cuales tienen como fines defender y estimular los intereses generales del empresariado en Colombia, y llevar los registros mercantil, de las entidades sin ánimo de lucro y el registro único de proponentes delegados legalmente, sin que formen parte integrante de la administración pública ni al régimen legal aplicable a las entidades que forman parte de la misma.

Las cámaras de comercio estarán sujetas en sus actos de administración, gestión y contratación, a las normas de carácter público que les sean aplicables a los particulares que ejercen funciones administrativas por delegación legal, cuando así se disponga expresamente en las mismas, la cual tiene diferencias con la aplicable a los delegatarios de funciones públicas en virtud de un contrato o un acto administrativo, las cuales deberán ser tenidas en cuenta por tratarse de normas de aplicación restrictiva y exegética.

#### **1.1.2. Funciones de las cámaras de comercio**

Las cámaras de comercio son organizaciones privadas de carácter gremial y sin ánimo de lucro, que cumplen, por delegación legal, algunas funciones públicas, como la administración de los registros públicos. Se reconocen por promover la competitividad y la formalización empresarial, impulsar el desarrollo de las regiones y servir de órgano de consulta en temas económicos y empresariales.

#### **Funciones explícitas señaladas por la Ley**

##### **I. Artículo 86 del Código de Comercio**

Las cámaras de comercio ejercerán las siguientes funciones:

## **PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028**

- Servir de órgano de los intereses generales del comercio ante el Gobierno y ante los comerciantes mismos;
- Adelantar investigaciones económicas sobre aspectos o ramos específicos del comercio interior y exterior y formular recomendaciones a los organismos estatales y semioficiales encargados de la ejecución de los planes respectivos;
- Llevar el registro mercantil y certificar sobre los actos y documentos en él inscritos, como se prevé en este Código;
- Dar noticia en sus boletines u órganos de publicidad de las inscripciones hechas en el registro mercantil y de toda modificación, cancelación o alteración que se haga de dichas inscripciones;
- Recopilar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción y certificar sobre la existencia de las recopiladas;
- Designar el árbitro o los árbitros o los amigables componedores cuando los particulares se lo soliciten;
- Servir de tribunales de arbitramento para resolver las diferencias que les defieran los contratantes, en cuyo caso el tribunal se integrará por todos los miembros de la junta;
- Prestar sus buenos oficios a los comerciantes para hacer arreglos entre acreedores y deudores, como amigables componedores;
- Organizar exposiciones y conferencias, editar o imprimir estudios o informes relacionados con sus objetivos;
- Dictar su reglamento interno que deberá ser aprobado por el Superintendente de Industria y Comercio;
- Rendir en el mes de enero de cada año un informe o memoria al Superintendente de Industria y Comercio acerca de las labores realizadas en el año anterior y su concepto sobre la situación económica de sus respectivas zonas, así como el detalle de sus ingresos y egresos; y
- Las demás que les atribuyan las leyes y el Gobierno Nacional.

### **II. Artículo 4 del Decreto 2042 de 2014, unificado en el Decreto 1074 de 2015**

Las cámaras de comercio ejercerán las funciones señaladas en el artículo 86 del Código de Comercio y en las demás normas legales y reglamentarias y las que se establecen a continuación:

- Servir de órgano consultivo del Gobierno nacional y, en consecuencia, estudiar los asuntos que este someta a su consideración y rendir los informes que le soliciten sobre la industria, el comercio y demás ramas relacionadas con sus actividades.
- Adelantar, elaborar y promover investigaciones y estudios jurídicos, financieros, estadísticos y socioeconómicos, sobre temas de interés regional y general, que contribuyan al desarrollo de la comunidad y de la región donde operan.
- Llevar los registros públicos encomendados a ellas por la ley y certificar sobre los actos y documentos allí inscritos.
- Recopilar y certificar la costumbre mercantil mediante investigación realizada por cada Cámara de Comercio dentro de su propia jurisdicción. La investigación tendrá por objeto



## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

establecer las prácticas o reglas de conducta comercial observadas en forma pública, uniforme, reiterada y general, siempre que no se opongan a normas legales vigentes.

- Crear centros de arbitraje, conciliación y amigable composición por medio de los cuales se ofrezcan los servicios propios de los métodos alternos de solución de conflictos, de acuerdo con las disposiciones legales.
- Adelantar acciones y programas dirigidos a dotar a la región de las instalaciones necesarias para la organización y realización de ferias, exposiciones, eventos artísticos, culturales, científicos y académicos, entre otros, que sean de interés para la comunidad empresarial de la jurisdicción de la respectiva Cámara de Comercio.
- Participar en la creación y operación de centros de eventos, convenciones y recintos feriales de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 1558 de 2012 y las demás normas que las sustituyan, modifiquen o adicionen.
- Promover la formalización, el fortalecimiento y la innovación empresarial, así como desarrollar actividades de capacitación en las áreas comercial e industrial y otras de interés regional, a través de cursos especializados, seminarios, conferencias y publicaciones.
- Promover el desarrollo regional y empresarial, el mejoramiento de la competitividad y participar en programas nacionales de esta índole.
- Promover la afiliación de los comerciantes inscritos que cumplan los requisitos señalados en la ley, con el fin de estimular la participación empresarial en la gestión de las cámaras de comercio y el acceso a los servicios y programas especiales.
- Prestar servicios de información empresarial originada exclusivamente en los registros públicos, para lo cual podrán cobrar solo los costos de producción de la misma.

### 1.1.3. Cobertura en servicios

La Cámara de Comercio llega a los 37 municipios del departamento del Huila, a través de sus sedes físicas, ubicadas en Neiva, Pitalito, Garzón y La Plata; y por medio de la figura de corresponsales camerales, servicios virtuales y canales de pago. En el 2024 la entidad finalizó el año con 33 corresponsales camerales.

### 1.1.4. Normas que definen la competencia de la entidad

Tabla 1. Normatividad del Registro Mercantil

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
Circular	Circular Externa No. 100-000002 del 25 de abril de 2022	Mediante la cual, la Superintendencia de Sociedades emite instrucciones a las Cámaras de Comercio en los aspectos relacionados con el desarrollo de sus funciones.	2022
Ley	ley 2234 de 2022	Por la cual se Promueve el Emprendimiento Social.	2022
Circular	Circular Externa	Mediante la cual, la Superintendencia de Sociedades modificó la Circular No. 100 – 000002 de 2022, en cuanto al acceso a la	2022

**PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028**

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
	No. 100 – 000011 del 08 de septiembre de 2022	información del RUES (suprimiendo los datos de teléfono comercial e ingresos) y adicionando un acto sujeto a registro en el marco de la ley 550 de 1990.	
Circular	Circular Básica Jurídica No. 100 – 000008 del 12 de julio de 2022	Mediante la cual, la superintendencia de Sociedades depura, compila, actualiza y simplifica las instrucciones en relación con temas de Derecho Societario.	2022
Decreto	Decreto 168 de 2021	Por medio del cual se adopta el Centro de Atención Empresarial CAE en Garzón, y se crea el comité local anti trámites.	2021
Ordenanza	Ordenanza No. 0004 de 2021	Por medio de la cual se establecen las estampillas del Departamento del Huila, se dictan otras disposiciones y se modifica las tarifas del impuesto departamental de registro.	2021
Ley	Ley 1429 de 2010	Por medio de la cual se impulsa la formalización y generación de empleo.	2010
Decreto	Decreto 545 de 2011	Reglamenta parcialmente los artículos 5°, 7°, 48 y 50 de la Ley 1429 de 2010, Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo, en lo referente a los beneficiarios de la citada norma.	2011
Ley	Ley 223 de 1995	Por la cual se expiden normas sobre racionalización tributaria y se dictan otras disposiciones.	1995
Ley	Ley 1727 de 2014	Se reforma el código de comercio, se fijan normas para el fortalecimiento de la gobernabilidad y el funcionamiento de las cámaras de comercio y se dictan otras disposiciones.	2014
Ley	Ley 1607 de 2012	Por la cual se expiden normas en materia tributaria y se dictan otras disposiciones.	2012
Decreto	Decreto 19 de 2012	Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública.	2012
Decreto	Decreto 805 de 2013	Por el cual se reglamenta el artículo 173 del Decreto 019 de 2012, en lo concerniente a los libros de comercio electrónicos.	2013
Ley	Ley 1437 de 2011	Por la cual se expide el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.	2011
Ley	Ley 2080 de 2021	Por medio de la cual se reforma el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.	2021
Ley	Ley 10 de 1991	Por la cual se regulan las empresas asociativas de trabajo.	1991
Decreto	Decreto 1100 de 1992	Por el cual se reglamenta la Ley 10 de 1991 en lo referente a las Empresas Asociativas de Trabajo.	1992

**PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028**

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
Ley	Ley 1258 de 2008	Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada.	2008
Decreto	Decreto 2020 de 2009	Por medio del cual se reglamenta el artículo 28 de la Ley 1258 de 2008, en lo referente a la obligación de las Sociedades por Acciones Simplificadas de nombrar Revisor Fiscal.	2009
Decreto	Decreto 667 de 2018	Por el cual se regula lo pertinente a la inscripción de la Situación de Control en las Sociedades por Acciones Simplificadas en las que el único accionista es una persona natural.	2018
Ley	Ley 1901 de 2018	Por medio de la cual se crean y desarrollan las sociedades comerciales de Beneficio e Interés Colectivo – BIC.	2018
Resolución	Resolución No. 200-004394 de 2018	Por medio de la cual reglamentó la presentación de informes de gestión de las compañías de Beneficio e Interés Colectivo –BIC–.	2018
Decreto	Decreto 2046 de 2019	Por el cual se adicionan el Decreto 1074 de 2015, único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, y el Decreto 1625 de 2016, Único Reglamentario en Materia Tributaria para reglamentar las Sociedades Comerciales de Beneficio e Interés Colectivo (BIC).	2019
Ley	Ley 222 de 1995	Por la cual se modifica el libro II del Código de Comercio, se expide un nuevo régimen de procesos concursales y se dictan otras disposiciones.	1995
Ley	Ley 603 de 2000	Por la cual se modifica el artículo 47 de la Ley 222 de 1995.	2000
Decreto	Decreto 957 de 2019	Por el cual se adiciona el capítulo 13 al Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamenta el artículo 2° de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011; establecimiento principalmente los criterios de clasificación de las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas.	2019
Decreto	Decreto 2260 de 2019	Por el cual se modifican los artículos 2.2.2.46.1.1., 2.2.2.46.1.2., 2.2.2.46.1.3., 2.2.2.46.1.4., 2.2.2.46.1.5., 2.2.2.46.1.6. y 2.2.2.46.1.7. del Capítulo 46, del Título 2, de la Parte 2, del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015 – Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo, en lo referente a las tarifas del Registro Mercantil y Registro Único de Proponentes.	2019
Decreto	Decreto 398 de 2020	Por el cual se adiciona el Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, para reglamentar parcialmente el artículo 19 de la Ley 222 de 1995, en lo referente al desarrollo de las reuniones no presenciales de las juntas de socios, asambleas generales de accionistas o juntas directivas, y se dictan otras disposiciones.	2020
Ley	Ley 1554 de 2012	Por la cual se dictan normas sobre la operación y funcionamiento de establecimientos que prestan el servicio de videojuegos y se dictan otras disposiciones.	2012

**PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028**

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
Código	Decreto 410 de 1971	Es el conjunto de normas, criterios y principios del derecho mercantil que tratan de regular las relaciones mercantiles.	1971
Decreto	Decreto 2106 de 2019	Por el cual se dictan normas para simplificar, suprimir y reformar trámites, procesos y procedimientos innecesarios existentes en la administración pública; y a su vez, modifica la Ley General de Turismo.	2019
Decreto	Decreto 1074 de 2015	Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.	2015
Decreto	Decreto 1875 de 2017	Por el cual se adiciona un Capítulo al Título 2 de la parte 2 del Libro 2, se crea la Ventanilla Única Empresarial VUE, y se adiciona un párrafo al Artículo 2.2.2.38.6.4 del Decreto 1074 de 2015. Decreto único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.	2017
Ley	Ley 1780 de 2016	Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones.	2016
Ley	Ley 1116 de 2006	Por la cual se establece el Régimen de Insolvencia Empresarial en la República de Colombia y se dictan otras disposiciones.	2006
Ley	Ley 1014 de 2006	De fomento a la cultura del emprendimiento.	2006
Decreto	Decreto 639 de 2017	Por el cual se adiciona una sección al capítulo 41 del título 2 de la parte 2 del libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, para reglamentar el artículo 3 de la Ley 1780 de 2016.	2017
Decreto	Decreto 4463 de 2006	Por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006.	2006
Acuerdo	Acuerdo 003 de 2008	Por medio del cual se adopta el Centro de Atención Empresarial CAE, se crea el comité local anti trámites y se eliminan unos cobros.	2008
Acuerdo	Acuerdo 53 de 2013	Por medio del cual se modifica el artículo segundo del acuerdo 003 de 2008.	2013

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Normatividad del Registro de Entidades Sin Ánimo de Lucro – ESAL

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
Comunicación	Comunicación 2023-01-043954 de 2023	Por medio de la Cual la Superintendencia de Sociedades aclara el numeral 1.6.2.1. de la Circular Externa n.º 100-000002 del 25 de abril de 2022 de Instrucciones a las cámaras de comercio.	2023
Ley	Ley 2219 de 2022	Por la cual se dictan las normas para la constitución y operación del as asociaciones campesinas de las asociaciones agropecuarias, se	2022

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
		facilitan sus relaciones con la administración pública, y se dictan otras disposiciones.	
Ley	ley 2234 de 2022	Por la cual se Promueve el Emprendimiento Social.	2022
Ley	Ley 79 de 1988	El propósito de la presente Ley es dotar al sector cooperativo de un marco propicio para su desarrollo como parte fundamental de la economía nacional.	1988
Circular	Circular Externa No. 20 de 2020	Provee la consulta integral de las diferentes instrucciones en materia jurídica emitidas por la Superintendencia de la Economía Solidaria, así como los requisitos exigidos, que además, incorpora una simplificación de los diferentes trámites que se adelanten ante dicha organización, de acuerdo con los lineamientos dados por el Gobierno Nacional.	2021
Ley	Ley 850 de 2003	Por medio de la cual se reglamentan las veedurías ciudadanas.	2003
Decreto	Decreto 427 de marzo 5 de 1996	Disposiciones Generales para las personas Jurídicas Sin Ánimo de Lucro.	1996
Decreto	Decreto 2150 de 1995 (Artículo 40 y ss)	Se suprimen y reforman regulaciones, procedimientos o trámites innecesarios existentes en la Administración Pública.	1995
Ley	Ley 537 de 1999	Por medio de la cual se hace una adición al Capítulo II en el artículo 45 del Decreto-ley 2150 de 1995.	1999
Ley	Ley 115 de 1994	Por la cual se expide la ley general de educación.	1994
Decreto	Decreto 1481 de 1989	por el cual se determinan la naturaleza, características, constitución, regímenes interno de responsabilidad y sanciones, y se dictan medidas para el fomento de los fondos de empleados.	1989
Ley	Ley 1391 de 2010	Reforma la norma rectora de los Fondos de Empleados.	2010
Ley	Ley 454 de 1998	Por la cual se determina el marco conceptual que regula la economía solidaria, se transforma el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Departamento Nacional de la Economía Solidaria, se crea la Superintendencia de la Economía Solidaria, se crea el Fondo de Garantías para las Cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito, se dictan normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y se expiden otras disposiciones.	1998

Fuente: Elaboración propia.

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Tabla 3. Normatividad del Registro Único de Proponentes – RUP

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
Decreto	Decreto 0142 de 2023	Por medio del cual se modifica y adiciona el Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo de Planeación Nacional (Decreto 1082 de 2015) para promover el acceso al sistema de Compras Públicas de las Mipymes, las cooperativas y demás entidades de la economía solidaria, se incorporan criterios sociales ambientales y es incluye un nuevo título de emprendimiento comunal.	2023
Decreto	Decreto 1082 de 2015	Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del sector Administrativo de Planeación Nacional.	2015
Ley	Ley 1150 de 2007	Por medio de la cual se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la Ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación con Recursos Públicos.	2007
Ley	Ley 80 de 1993	Por la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública.	1993
Ley	Ley 1882 de 2018	Mediante el cual se adicionan, modifican y dictan otras disposiciones orientadas a fortalecer la contratación pública en Colombia.	2018
Ley	Ley 828 de 2003	Por la cual se expiden normas para el Control a la Evasión del Sistema de Seguridad Social; y en particular, establece la obligación de las Cámaras de Comercio, de exigir prueba del cumplimiento de las obligaciones parafiscales en los trámites de Inscripción, Actualización o Renovación del Registro Único de Proponentes.	2003
Decreto	Decreto 1516 de 2016	Por el cual se adiciona el Decreto 1077 de 2015, en lo relacionado con el incumplimiento en la ejecución de proyectos de vivienda de interés social urbana, y en particular, frente a la inscripción de las sanciones impuestas a los constructores, interventores, auditores y/o supervisores en el Registro Único de Proponentes.	2016
Decreto	Decreto 957 de 2019	Por el cual se adiciona el capítulo 13 al Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamenta el artículo 2° de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011. En particular, reglamenta la clasificación de las micro, pequeñas medianas y grandes empresas.	2019
Resolución	Resolución 2225 de 2019	Por la cual se establece el anexo técnico de correspondencia de los sectores manufactura, comercio y servicios con la clasificación de las actividades económicas CIIU Revisión 4. A.C, para la definición del tamaño empresarial.	2019
Decreto	Decreto 1358 de 2020	Por el cual se reglamenta el literal j del numeral 10 del artículo 8 de la Ley 80 de 1993, modificado por el artículo 2 de la Ley 2014 de 2019 y se adiciona el Decreto 1069 de 2015, Único Reglamentario del Sector Justicia y del Derecho. Particularmente, en lo relacionado a la solicitud y publicidad en el Registro Único de Proponentes de las sentencias penales por la comisión de delitos contra la administración pública, o de cualquiera de los delitos o faltas contempladas por la ley 1474 de 2011 y sus normas modificatorias o de cualquiera de las conductas delictivas contempladas por las convenciones o tratados de lucha contra la	2020

**PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028**

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
		corrupción suscritos y ratificados por Colombia, así como de las sanciones administrativas por conductas de soborno transaccional.	
Decreto	Decreto 399 de 2021	Por el cual se modifican los artículos 2.2.1.1.2.1.1., 2.2.1.2.1.3.2. Y 2.2.1.2.3.1.14., Y se adicionan unos párrafos transitorios a los artículos 2.2.1.1.1.5.2., 2.2.1.1.1.5.6. Y 2.2.1.1.1.6.2. del Decreto 1082 de 2015, Único Reglamentario del Sector Administrativo de Planeación Nacional.	2021
Decreto	Decreto 579 de 2021	Por el cual se sustituyen los párrafos transitorios del artículo 2.2.1.1.1.5.2., el párrafo transitorio 1 del artículo 2.2.1.1.1.5.6., así como el párrafo transitorio del artículo 2.2.1.1.1.6.2. del Decreto 1082 de 2015, Único Reglamentario del Sector Administrativo de Planeación Nacional, para que los proponentes acrediten el mejor indicador financiero y organizacional de los últimos 3 años, con el fin de contribuir a la reactivación económica.	2021
Ley	Ley 1474 de 2011	Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública; y en particular, la inclusión de inhabilidad del contratista en el Registro Único de Proponentes.	2011
Decreto	Decreto 1041 de 2022	Por el cual se adiciona un párrafo transitorio al artículo 2.2.1.1.1.5.2 y se modifican los párrafos transitorios 1 y 2 del artículo 2.2.1.1.1.5.6 del Decreto 1082 de 2015, Único Reglamentario del Sector Administrativo de Planeación Nacional, con el fin de extender hasta el año 2023 la facultad de los oferentes de acreditar el mejor indicador financiero y organizacional de los últimos tres (3) años, para contribuir a la reactivación económica.	2022
Ley	Ley 789 de 2002	Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo.	2002

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4. Normatividad del Registro Nacional de Turismo – RNT

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
Decreto	Decreto 1836 de 2021	Por el cual se modifica y adiciona el Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, en relación con el Registro Nacional de Turismo y las obligaciones de los operadores de plataformas electrónicas o digitales de servicios turísticos prestados y/o disfrutados en Colombia.	2021
Decreto	Decreto 1652 de 2021	Por el cual se reglamentan los literales a), b), c), d), f), g), h), e i) del párrafo 5 del artículo 240 del Estatuto Tributario, modificado por el artículo 41 de la Ley 2068 de 2020 y se adicionan las Secciones 2 y 3 al Capítulo 28 del Título 1 de la Parte 2 del Libro 1 del Decreto 1625 de 2016, Único Reglamentario en Materia Tributaria.	2021
Decreto	Decreto 190 de 2022	Por el cual se reglamentan los artículos 3, 4 y 5 de la Ley 2068 de 2020 y se sustituye el Capítulo 8 del Título 4 de la Parte 2 del	2022

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
		Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, en relación con los atractivos turísticos	
Decreto	Decreto 1495 de 2021	Por medio del cual se sustituye el Capítulo 23 del Título 1 Parte 6 del Libro 1 del Decreto 1625 de 2016, Único Reglamentario en Materia Tributaria.	2021
Decreto	Decreto 1845 de 2021	Por medio del cual se adiciona la Sección 13 al Capítulo 4 del Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, en lo referente a la determinación de los Parques de ecoturismo y Agroturismo como prestadores de servicios turísticos.	2021
Resolución	Resolución 0408 de 2022	Por medio de la cual se adopta la clasificación de códigos CIU y se determina las categorías y subcategorías de prestadores de servicios turísticos para su inscripción en el Registro Nacional de Turismo.	2022
Ley	Ley 2068 de 2020	Por el cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.	2020
Decreto	Decreto 2106 de 2019	Por el cual se dictan normas para simplificar, suprimir y reformar trámites, procesos y procedimientos innecesarios existentes en la administración pública; y a su vez, modifica la Ley General de Turismo.	2019
Decreto	Decreto 343 de 2021	Por medio del cual se sustituye la Sección 4 del Capítulo 1 del Título 4 del Libro 2 de la Parte 2 del Decreto 1074 de 2015, Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo; a tal efecto, regula los establecimientos de gastronomía y bares turísticos y se dictan otras disposiciones complementarias.	2021
Decreto	Decreto 1379 de 2021	Por medio del cual se sustituye la Sección 10 del Capítulo 4 del Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, para reglamentar el guionaje turístico y su ejercicio.	2021
Decreto	Decreto 1338 de 2021	Por el cual se adiciona el Capítulo 12 y se derogan las Secciones 1 y 2 del Capítulo 2, del Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, en éste aspecto, reglamenta el procedimiento de recaudo, declaración, pago y fiscalización de la Contribución Parafiscal para el Turismo.	2021
Decreto	Decreto 254 de 2022	Por el cual se reglamenta el Artículo 24 de la Ley 2068 de 2020, se sustituye la Sección 9 del Capítulo 4 y se adiciona el Capítulo 13 al Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, en lo relacionado con el Derecho de retracto en los sistemas de tiempo compartido turístico y las obligaciones de las empresas promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido, o cualquier otro prestador que comercialice membresías o afiliaciones para el disfrute futuro de servicios turísticos.	2022
Circular	Circular Externa No.	Por medio de la cual se aprueba el contenido de los formularios electrónicos del Registro Nacional de Turismo.	2022



## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
	100-000006 de 2022		
Ley	Ley 1558 de 2012	Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.	2012
Ley	Ley 1101 de 2006	Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.	2006
Ley	Ley 300 de 1996	Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.	1996
Resolución	Resolución 700 de 2021 expedida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.	Por la cual se implementa la Tarjeta de Registro de Alojamiento Turístico.	2021
Resolución	Resolución 0409 de 2022 expedida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.	Por la cual se modifica parcialmente la Resolución No. 700 de 2021 que implementó la Tarjeta de Registro de Alojamiento Turístico.	2022
Resolución	Resolución 0889 de 2022 expedida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.	Mediante la cual se crea y pone en marcha la Red de Información Nacional de Turismo -REINAT- y el portal de Información Turística de Colombia, a cargo del MINCIT.	2022

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5. Normatividad del Registro Único Nacional de Entidades Operadoras de Libranza- RONEOL

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
Resolución	Resolución 3440 de 2015	Por la cual se fijan los montos de la contraprestación que debe sufragarse en favor de las Cámaras de Comercio por concepto de la puesta en operación, mantenimiento y continuidad del Registro Único Nacional de Operadoras de Libranza – RONEOL.	2015
Ley	Ley 1902 de 2018	Por medio de la cual se establece un marco general para la libranza o descuento directo y se dictan otras disposiciones.	2018
Decreto	Decreto 1008 de 2020	Por el cual se reglamenta el Registro Único Nacional de Entidades Operadoras de Libranza o Descuento Directo (Runeol).	2020
Decreto	Decreto 1348 de 2016	Por el cual se reglamentan la revelación de Información y la gestión de riesgos en la venta y administración de operaciones de libranza efectuadas al amparo de la Ley 1527 de 2012.	2016

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
Resolución	Resolución No. 65145 de 2015	Por la cual se aprueba el Formulario Único Electrónico del Registro Único Nacional de Entidades Operadoras de Libranza o Descuento Directo – RONEOL.	2015
Decreto	Decreto 1840 de 2015	Por el cual se adiciona un Capítulo al Libro 2, Parte 2, Título 2 del Decreto número 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, y se dictan otras disposiciones.	2015
Ley	Ley 1753 de 2015 (art 143)	Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 “Todos por un nuevo país», y en particular, determina a las cajas de compensación familiar como entidades operadoras de libranza.	2015
Ley	Ley 1527 de 2012	Por medio de la cual se establece un marco general, para la libranza o descuento directo y se dictan otras disposiciones.	2012

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6. Normatividad Conciliación y Arbitraje

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
Ley	Ley 1563 de 2012	Por medio de la cual se expide el Estatuto de Arbitraje Nacional e Internacional y se dictan otras disposiciones.	2012
Ley	Ley 1682 de 2013	Por la cual se adoptan medidas y disposiciones para los proyectos de infraestructura de transporte y se conceden facultades extraordinarias. En particular, establece la posibilidad de incluir cláusulas compromisorias en los contratos estatales, de forma que las eventuales controversias sean manejadas dando aplicación a los mecanismos alternativos de resolución de conflictos, señalando a su vez las reglas que debe seguir la práctica cada uno de ellos.	2013
Decreto	Decreto 1829 de 2013	Reglamenta los requisitos que deben cumplir las entidades interesadas en la creación de Centros de Conciliación o Arbitraje y en la obtención de aval para impartir formación en conciliación extrajudicial en derecho; las obligaciones a cargo de los Centros; el marco tarifario para los servicios de conciliación y arbitraje; el manejo de la información relacionada con los trámites conciliatorios; el Programa de Formación que deben cursar y aprobar los conciliadores extrajudiciales en derecho; las funciones de inspección, vigilancia y control del Ministerio de Justicia y del Derecho sobre Centros y Entidades Avaladas para impartir formación en conciliación extrajudicial en derecho; y el funcionamiento del Consejo Nacional de Conciliación y Acceso a la Justicia.	2013
Ley	Ley 2220 de 2022	Por medio de la cual se expide el estatuto de conciliación y se dictan otras disposiciones.	2022
Ley	Ley 446 de 1998	Por la cual se adoptan como legislación permanente algunas normas del Decreto 2651 de 1991, se modifican algunas del Código de Procedimiento Civil, se derogan otras de la Ley 23 de 1991 y del Decreto 2279 de 1989, se modifican y expiden normas del Código Contencioso Administrativo y se dictan otras disposiciones sobre descongestión, eficiencia y acceso a la justicia.	1998

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
Ley	Ley 1395 de 2010	Por la cual se adoptan medidas en materia de descongestión judicial.	2010
Ley	Ley 23 de 1991	Por medio de la cual se crean mecanismos para descongestionar los Despachos Judiciales, y se dictan otras disposiciones.	1991
Decreto	Decreto 1069 de 2015	Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Justicia y del Derecho.	2015
Decreto	Decreto 1885 de 2021	Por medio del cual se modifican los Artículos 2.2.4.2.6.1.1., 2.2.4.2.6.1.4., 2.2.4.2.6.2.1., 2.2.4.2.6.2.2., 2.2.4.2.6.2.3., 2.2.4.2.6.2.5., 2.2.4.2.9.6., 2.2.4.4.7.2., 2.2.6.13.2.1.1., 2.2.6.13.2.2.4., 2.2.6.13.2.2.6., 2.2.6.13.3.1.1 y 2.2.6.13.3.2.1 del Decreto 1069 de 2015, Decreto único Reglamentario del Sector Justicia y del Derecho.	2021
Decreto	Decreto 1818 de 1998	Por medio del cual se expide el Estatuto de los mecanismos alternativos de solución de conflictos.	1998
Decreto	Decreto 2462 de 2015	Por el cual se modifican algunas disposiciones del Capítulo 2, Título 4, Parte 2, Libro 2 del Decreto 1069 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Justicia y del Derecho, relacionadas con los centros de conciliación en Derecho.	2015
Decreto	Decreto 1908 de 2000	Por el cual se expide el reglamento para categorizar los centros de conciliación.	2000
Resolución	Resolución 221 De 2014	Por la cual se establece el contenido mínimo del Programa de Formación en Conciliación Extrajudicial en Derecho.	2014
Resolución	Resolución No. 0018 del 18 de 2016	Por la cual se adopta el Sistema de Información de la Conciliación, el Arbitraje y la Amigable Composición (SICAAC).	2016
Ley	Ley 1676 de 2013	Por la cual se promueve el acceso al crédito y se dictan normas sobre garantías mobiliarias.	2013
Decreto	Decreto 1074 de 2015	Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.	2015
Decreto	Decreto 1835 de 2015	Por el cual se modifican y adicionan normas en materia de Garantías Mobiliarias al Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, Decreto número 1074 de 2015, y se dictan otras disposiciones.	2015
Decreto	Decreto 1133 de 2021	Por el cual se modifica parcialmente el Capítulo 4 del Título 2 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, en lo referente a los sitios de Internet para la venta o martillo electrónico de bienes, de que trata la Ley 1676 de 2013 y se dictan otras disposiciones.	2021
Decreto	Decreto 2555 de 2010	Por el cual se recogen y reexpiden las normas en materia del sector financiero, asegurador y del mercado de valores y se dictan otras	2010

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
		disposiciones. En particular, establece las clases de garantías o seguridades admisibles para garantizar obligaciones.	
Resolución	Resolución 1 de 2015	Por la cual se modifica y adiciona el contenido de los formularios de registro y los derechos del Registro de Garantías Mobiliarias.	2015
Resolución	Resolución 1196 de 2016	Por la cual se fija la tarifa máxima aplicable a las Cámaras de Comercio frente a los procedimientos de ejecución especial de Garantías Mobiliarias.	2016
Ley	Ley 1564 de 2012	Por medio de la cual se expide el Código General del Proceso y se dictan otras disposiciones.	2012
Decreto	Decreto 2677 de 2012	Por el cual se reglamenta algunas disposiciones del Código General del Proceso sobre los Procedimientos de Insolvencia de la Persona Natural no Comerciante y se dictan otras disposiciones.	2012
Decreto	Decreto 772 de 2020 (Prorrogado hasta el 31 de diciembre de 2022)	Por el cual se dictan medidas especiales en materia de procesos de insolvencia, con el fin de mitigar los efectos de la emergencia social, económica y ecológica en el sector empresarial.	2020
Ley	Ley 1116 de 2006	Por la cual se establece el Régimen de Insolvencia Empresarial en la República de Colombia y se dictan otras disposiciones.	2006
Decreto	Decreto 560 de 2020 (vigente hasta el 31 de diciembre de 2022)	Por el cual se adoptan medidas transitorias especiales en materia de procesos de insolvencia, en el marco del Estado de Emergencia, Social y Ecológica.	2020
Decreto	Decreto 842 de 2020	Por la cual se reglamenta el Decreto Legislativo 560 del 15 de abril de 2020, a fin de atender los efectos de la Emergencia Económica, Social y ecológica en el sector empresarial.	2020
Resolución	Resolución 2020-01-286393 de 2020	La Superintendencia de Sociedades aprobó por medio de esta Resolución el reglamento único adoptado por las cámaras de comercio sobre el procedimiento de recuperación empresarial.	2020
Ley	Ley 1996 de 2019	Por medio de la cual se establece el régimen para el ejercicio de la capacidad legal de las personas con discapacidad mayores de edad.	2019
Decreto	Decreto 1429 de 2020	Por el cual se reglamentan los artículos 16, 17 y 22 de la Ley 1996 de 2019 y se adiciona el Decreto 1069 de 2015, Único Reglamentario del Sector Justicia y del Derecho. En particular, reglamente el trámite ante Centros de Conciliación y Notarios para la formalización de acuerdos de apoyo y directivas anticipadas.	2020

Fuente: Elaboración propia.

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Tabla 7. Otra Normatividad de Interés

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
Decreto	Decreto ley 624 de 1989	Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los impuestos administrados por la Dirección General de Impuesto Nacionales.	1989
Decreto	Decreto 168 de 2021	Por medio del cual se adopta el Centro de Atención Empresarial CAE en Garzón, y se crea el comité local anti trámites.	2021
Ley	ley 2234 de 2022	Por la cual se Promueve el Emprendimiento Social.	2022
Ley	Ley 2155 de 2021	Por medio de la cual se expide la ley de inversión social. Crea el impuesto de normalización tributaria complementario sobre la renta, adiciona el artículo 616-5 al Estatuto Tributario y fija otras disposiciones.	2021
Resolución	Resolución 001212 de 2022	Por la cual se reglamenta y desarrolla el artículo 616-5 del Estatuto Tributario, adicionado por el artículo 14 de la Ley 2155 de 2021, mediante el cual se creó el nuevo mecanismo de determinación oficial del impuesto sobre la renta y complementario mediante facturación.	2022
Decreto	Decreto 2460 de 2013	Por el cual se reglamenta el artículo 555-2 del Estatuto Tributario.	2013
Resolución	Resolución 000110 de 2021	Por la cual se regula el trámite de inscripción y actualización del Registro Único Tributario-RUT a través de las Cámaras de Comercio.	2021
Decreto	Decreto 1625 de 2016	Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario en materia tributaria.	2016
Ley	Ley 1955 de 2019	Por el cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2018 – 2022 Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad.	2019
Decreto	Decreto 1068 DE 2020	Por el cual se reglamenta el artículo 144 de la Ley 1955 de 2019 y se adiciona una sección al Capítulo 1 del Título 2 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, Decreto 1074 de 2015. Regula principalmente la presunción de no operatividad de las sociedades comerciantes que no han renovado su matrícula mercantil por un término superior a tres (3) años consecutivos.	2020
Decreto	Decreto 1650 de 2017	Por medio del cual se adiciona un artículo y dos anexos al Decreto Único Reglamentario en Materia Tributaria, para reglamentar la ley 1819 de 2016, en relación con las Zonas más Afectadas por el Conflicto Armado – ZOMAC.	2017
Decreto	Decreto 1451 de 2018	Por el cual se establecen requisitos y condiciones para la autorización de Sociedades de Comercialización Internacional que comercialicen bienes de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.	2018
Circular	Circular Externa No. 100-000002 del 25 de abril de 2022	Mediante la cual, la Superintendencia de Sociedades emite instrucciones a las Cámaras de Comercio en los aspectos relacionados con el desarrollo de sus funciones.	2022
Ley	Ley 2069 de 2020	Establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad.	2020

**PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028**

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
Ley	Ley 2099 de 2021	Por medio de la cual se dictan disposiciones para la transición energética, la dinamización del mercado energético, la reactivación económica del país y se dictan otras disposiciones.	2021
Ley	Ley 1429 de 2010	Se expide la ley de formalización y generación de empleo.	2010
Ley	Ley 1314 de 2009	Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento.	2009
Decreto	Decreto 2420 de 2015	Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario de las Normas de Contabilidad, de Información Financiera y de Aseguramiento de la Información y se dictan otras disposiciones.	2015
Decreto	Decreto 938 de 2021	Por el cual se modifica el marco técnico de las Normas de Información Financiera para el Grupo 1 del Decreto Único Reglamentario de las Normas de Contabilidad, de Información Financiera y de Aseguramiento de la Información, Decreto 2420 de 2015, y se dictan otras disposiciones.	2021
Decreto	Decreto 2270 de 2019	Por el cual se compilan y actualizan los marcos técnicos de las Normas de Información Financiera para el Grupo 1 y de las Normas de Aseguramiento de Información, y se adiciona un Anexo número 6 – 2019 al Decreto Único Reglamentario de las Normas de Contabilidad, de Información Financiera y de Aseguramiento de la Información, Decreto 2420 de 2015, y se dictan otras disposiciones.	2019
Decreto	Decreto 1432 de 2020	Por el cual se modifica la NIIF 16 contenida en el anexo técnico compilatorio y actualizado 1 – 2019, del Decreto Único Reglamentario de las Normas de Contabilidad, de Información Financiera y de Aseguramiento de la Información; Decreto 2420 de 2015, y se dictan otras disposiciones.	2020
Decreto	Decreto 1670 de 2021	Por el cual se modifica el Decreto 2420 de 2015, Decreto Único Reglamentario de las Normas de Contabilidad, de Información Financiera y de Aseguramiento de la Información, en relación con la simplificación contable y se dictan otras disposiciones.	2021
Decreto	Decreto 1611 de 2022	Por el cual se modifica el anexo técnico de las Normas de Información Financiera para el Grupo 1 del Decreto Único Reglamentario de las Normas de Contabilidad, de Información Financiera y de Aseguramiento de la Información, Decreto 2420 de 2015 y se dictan otras disposiciones.	2022
Ley	Ley 1225 de 2008	Por la cual se regulan el funcionamiento y operación de los parques de diversiones, atracciones o dispositivos de entretenimiento, atracciones mecánicas y ciudades de hierro, parques acuáticos, temáticos, ecológicos, centros interactivos, zoológicos y acuarios en todo el territorio nacional y se dictan otras disposiciones.	2008
Ley	Ley 1173 de 2007	Por la cual se modifica el artículo 120 de la Ley 1116 de 2006.	2007

**PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028**

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
Decreto	Decreto 2785 de 2008	Por el cual se reglamenta el artículo 123 de la Ley 1116 de 2006, en cuanto a la inscripción en el registro mercantil de los contratos de fiducia mercantil con fines de garantía que constan en documento privado y se dictan otras disposiciones.	2008
Ley	Ley 962 de 2005	Por la cual se dictan disposiciones sobre racionalización de trámites y procedimientos administrativos de los organismos y entidades del Estado y de los particulares que ejercen funciones públicas o prestan servicios públicos.	2005
Decreto	Decreto 1879 de 2008	Reglamentan la Ley 232 de 1995, el artículo 27 de la Ley 962 de 2005, los artículos 46, 47 y 48 del Decreto Ley 2150 de 1995 y se dictan otras disposiciones.	2008
Ley	Ley 2052 de 2020	Por medio de la cual se establecen disposiciones transversales a la rama ejecutiva del nivel nacional y territorial y a los particulares que cumplan funciones públicas y/o administrativas, en relación con la racionalización de trámites y se dictan otras disposiciones.	2020
Circular	Circular Externa No. 22 de 2020	Dispone de un marco regulatorio unificado, que recopila las principales normas que debe cumplir el sector vigilado por la Superintendencia de la Economía Solidaria frente a los marcos técnicos normativos de información financiera, normas sobre regulación prudencial para las cooperativas de ahorro y crédito y los fondos de empleados de categoría plena, así como las buenas prácticas para la adecuada administración o gestión de los riesgos a los que se encuentran expuestas las organizaciones vigiladas por dicha organización.	2021
Circular	Circular Externa No. 29 de 2014	Mediante la cual se reúne y actualizan las diferentes instrucciones en materia jurídica, emitidas por las anteriores Superintendencia Bancaria y Superintendencia de Valores, así como las expedidas posteriormente por la Superintendencia Financiera de Colombia, con el propósito de recopilar y reorganizar en un solo compendio las normas vigentes, y armonizar su contenido con la evolución de la regulación del sector y demás disposiciones legales aplicables.	2014
Decreto	Decreto 663 de 1993	Por medio del cual se actualiza el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero y se modifica su titulación y numeración.	1998
Decreto	Decreto 2555 de 2010	Por el cual se recogen y reexpiden las normas en materia del sector financiero, asegurador y del mercado de valores y se dictan otras disposiciones.	2010
Ley	Ley 1564 de 2012	Por medio de la cual se expide el Código General del Proceso y se dictan otras disposiciones.	2012
Ley	Ley 2030 de 2020	Por medio de la cual se modifica el artículo 38 de la Ley 1564 de 2012 y los artículos 205 y 206 de la ley 1801 de 2016, estableciendo disposiciones transversales a la rama ejecutiva del nivel nacional y territorial y a los particulares que cumplan funciones públicas y/o administrativas, en relación con la racionalización de trámites y se dictan otras disposiciones.	2020

**PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028**

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
Ley	Ley 100 de 1993	Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones.	1993
Decreto	Decreto 467 de 2000	Por el cual se reglamenta el artículo 11 de la Ley 550 de 1999.	2000
Ley	Ley 811 de 2003	Por medio de la cual se modifica la Ley 101 de 1993, se crean las organizaciones de cadenas en el sector agropecuario, pesquero, forestal, acuícola, las Sociedades Agrarias de Transformación, SAT, y se dictan otras disposiciones.	2003
Decreto	Decreto 3800 de 2003	Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 811 de 2003 modificatoria de la Ley 101 de 1993, sobre Organizaciones de Cadenas en el Sector Agropecuario, Pesquero, Forestal y Acuícola.	2003
Ley	Ley 1676 de 2013	Por la cual se promueve el acceso al crédito y se dictan normas sobre garantías mobiliarias.	2013
Ley	Ley 1700 de 2013	Por medio de la cual se reglamentan las actividades de comercialización en red o mercadeo multinivel en Colombia.	2013
Ley	Ley 1801 de 2016	Por la cual se expide el Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana.	2016
Acuerdo	Acuerdo No. 026 de 2009	Por medio del cual se revisa y ajusta el Acuerdo No. 016 de 2000 que adopta el Plan de Ordenamiento Territorial de Neiva.	2009
Decreto	Decreto legislativo No. 491 de 2020	Por el cual se adoptan medidas de urgencia para garantizar la atención y la prestación de los servicios por parte de las autoridades públicas y los particulares que cumplan funciones públicas y se toman medidas para la protección laboral y de los contratistas de prestación de servicios de las entidades públicas, en el marco del Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica.	2020
Ley	Ley 2207 de 2022	Por medio de la cual se modifica el Decreto Legislativo 491 de 2020.	2022
Decreto	Decreto 806 de 2020	Por el cual se adoptan medidas para implementar las tecnologías de la información y las comunicaciones en las actuaciones judiciales, agilizar los procesos judiciales y flexibilizar la atención a los usuarios del servicio de justicia, en el marco del Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica.	2020
Ley	Ley 2213 de 2020	Por medio de la cual se establece la vigencia permanente del Decreto Legislativo 806 de 2020 y se adoptan medidas para implementar las tecnologías de la información y las comunicaciones en las actuaciones judiciales, agilizar los procesos judiciales y flexibilizar la atención a los usuarios del servicio de justicia y se dictan otras disposiciones.	2022
Ley	Ley 1474 de 2011	Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública; y en particular, la inclusión de inhabilidad del contratista en el Registro Único de Proponentes.	2011



**PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028**

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
Ley	Ley 643 de 2001	Por la cual se fija el régimen propio del monopolio rentístico de juegos de suerte y azar.	2001
Decreto	Decreto 1068 de 2015	Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Hacienda y Crédito Público.	2015
Decreto	Decreto 1580 de 2017	Por el cual se modifica el Decreto 1068 de 2015, Único Reglamentario del Sector Hacienda y Crédito Público en lo relativo a los requisitos para autorizar juegos de suerte y azar en la modalidad de localizados.	2017
Decreto	Decreto 2104 de 2016	Por el cual se modifica el Decreto 1068 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Hacienda y Crédito Público, en lo relacionado con juegos promocionales.	2016
Decreto	Decreto 1494 de 2021	Por el cual se modifica la Parte 7 del Libro 2 del Decreto 1068 de 2015, Único Reglamentario del Sector Hacienda y Crédito Público, para adoptar medidas frente al monopolio rentístico de juegos de suerte y azar.	2021
Ley	Ley 2254 de 2022	Por medio de la cual se crea la escalera de la formalidad, se reactiva el sector empresarial en Colombia y se dictan otras disposiciones.	2022
Decreto	Decreto 088 de 2022	Por el cual se adiciona el Título 20 a la Parte 2 del Libro 2 del Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Decreto 1078 de 2015, para reglamentar los artículos 3, 5 y 6 de la Ley 2052 de 2020, estableciendo los conceptos, lineamientos, plazos y condiciones para la digitalización y automatización de trámites y su realización en línea.	2022
Decreto	Decreto 2106 de 2019	Por el cual se dictan normas para simplificar, suprimir y reformar trámites, procesos y procedimientos innecesarios existentes en la administración pública; y a su vez, modifica la Ley General de Turismo.	2019
Ley	Ley 1755 de 2015	Por medio de la cual se regula el Derecho Fundamental de Petición y se sustituye un título del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.	2015
Decreto	Decreto 410 de 1971	Código de Comercio de Colombia	1971
Ley	Ley 905 de 2004	Se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.	2004
Ley	Ley 590 de 2000	Por la cual se establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial y la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas y lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.	2000
Ley	Ley 527 de 1999	Define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, establece las entidades de certificación y dicta otras disposiciones.	1999

**PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028**

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
Ley	Ley 446 de 1998	Sobre descongestión, eficiencia y acceso a la justicia.	1998
Decreto	Decreto 650 de 1996	Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 223 de 1995, en lo referente al impuesto de registro, e Impuesto al consumo de cigarrillos y tabaco elaborado.	1996
Resolución	Resolución No. 3077 de 2022	Por la cual se adopta el Plan Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo 2022 – 2031.	2022
Decreto	Decreto 1072 de 2015	Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo.	2015
Decreto	Decreto 1227 de 2022	Por el cual se modifican los artículos 2.2.1.5.3, 2.2.1.5.5, 2.2.1.5.8 y 2.2.1.5.9, y se adicionan los artículos 2.2.1.5.15 al 2.2.1.5.25 al Decreto 1072 de 2015, Único Reglamentario del Sector Trabajo, relacionados con el Teletrabajo.	2022
Circular	Circular Externa No. 006 de 2022 expedida por la Superintendencia de Industria y Comercio.	Mediante la cual se regula el tratamiento de datos personales para fines de publicidad, marketing o prospección comercial para los responsables y encargados del tratamiento de datos personales vigilados por la SIC.	2022
Circular	Circular Única de Registro Civil e identificación. (Versión 6)	Mediante la cual se integran y organizan en un solo documento las instrucciones vigentes en materia de registro civil e identificación.	2021
Acuerdo	Acuerdo 003 de 2008	Por medio del cual se adopta el Centro de Atención Empresarial CAE, se crea el comité local anti trámites y se eliminan unos cobros.	2008
Acuerdo	Acuerdo 53 de 2013	Por medio del cual se modifica el artículo segundo del acuerdo 003 de 2008.	2013

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8. Normas Generales y del Régimen Corporativo de las Cámaras de Comercio

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
Decreto	Decreto 1081 de 2015	Por medio del cual se expide el Decreto Reglamentario Único del Sector Presidencia de la República, mismo que entre otros aspectos, regula lo concerniente a la institucionalidad regional del Sistema Nacional de Competitividad e Innovación.	2015
Circular	Circular 100-000018 del 28 de diciembre 2021	Mediante la cual, la Superintendencia de Sociedades fija la política de supervisión a las Cámaras de Comercio, enmarcada en la pedagogía, el cumplimiento normativo y la actuación oportuna y temprana.	2021
Resolución	Resolución 514-015067 del 05 de septiembre de 2022	Por la cual se establece la tarifa de contribución a cobrar a las Cámaras de Comercio sometidas a la vigilancia o control de la Superintendencia de Sociedades, correspondientes al año 2022.	2022

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
Decreto	Decreto 1651 de 2019	Por el cual se adiciona el título 8 a la Parte 1 del Libro 2 del Decreto 1081 de 2015, Decreto Reglamentario Único del Sector Presidencia de la República, para establecer la organización y funcionamiento del Sistema Nacional de Competitividad e Innovación.	2019
Ley	Ley 1727 de 2014	Por medio de la cual se reforma el Código de Comercio, se fijan normas para el fortalecimiento de la gobernabilidad y el funcionamiento de las Cámaras de Comercio y se dictan otras disposiciones.	2014
Ley	Ley 1712 de 2014	Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del derecho de acceso a la información pública nacional y se dictan otras disposiciones.	2014
Decreto	Decreto 1298 de 2014	Por la cual se modifica el artículo 1 del Decreto 3035 de 2013, del cual se elimina el literal f). Ingresos originados en la función registral corresponden a tasas no a contribuciones.	2014
Decreto	Decreto reglamentario 1377 de 2013	Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.	2013
Ley	Ley 1581 de 2012	Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.	2012
Decreto	Decreto 886 de 2014	Por el cual se reglamenta el artículo 25 de la Ley 1581 de 2012, relativo la información mínima que debe contener el Registro Nacional de Bases de Datos, así como los términos y condiciones bajo las cuales se deben inscribir en este los Responsables del Tratamiento.	2014
Ley	Ley 590 del 2000	Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.	2000
Decreto	Decreto 1252 de 1990	Por el cual se reglamenta parcialmente el Título VI del Libro Primero del Código de Comercio, en lo referente a la creación de las Cámaras de Comercio.	1990
Decreto	Decreto 1736 de 2020	Por el cual se modifica la estructura de la Superintendencia de Sociedades; y en particular atribuye a dicho organismo la Dirección de supervisión de Cámaras de comercio y sus Registros Públicos.	2020
Decreto	Decreto 1380 de 2021	Por el cual se modifica parcialmente el Decreto 1736 de 2020 que modifica la estructura de la Superintendencia de Sociedades y se dictan otras disposiciones.	2021
Acuerdo	Acuerdo 049 de 2000	Por el cual se desarrolla el artículo del Capítulo 7 "Conservación de Documentos" del Reglamento General de Archivos sobre "condiciones de edificios y locales destinados a archivos.	2000
Acuerdo	Acuerdo 050 de 2000	Por el cual se desarrolla el artículo 64 del título VII «conservación de documento», del Reglamento general de archivos sobre «Prevención de deterioro de los documentos de archivo y situaciones de riesgo».	2000
Acuerdo	Acuerdo 016 de 2002	Por el cual se adopta la política archivística y se dictan otras disposiciones para el manejo de los archivos públicos de las cámaras de comercio.	2002

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Tipo de norma	Título de la norma	Descripción	Fecha de publicación
Ley	Ley 2195 de 2022	Por medio de la cual se adoptan medidas en materia de transparencia, prevención y lucha contra la corrupción y se dictan otras disposiciones.	2022
Decreto	Decreto 1074 de 2015	Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.	2015

Fuente: Elaboración propia.

### 1.1.5. Plan Nacional de Desarrollo

El propósito del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026, Colombia, Potencia Mundial de La Vida, es sentar las bases para que el país se convierta en un líder de la protección de la vida, a partir de la construcción de un nuevo contrato social que propicie la superación de injusticias y exclusiones históricas, la no repetición del conflicto, el cambio de nuestra forma de relacionarnos con el ambiente, y una transformación productiva sustentada en el conocimiento y en armonía con la naturaleza.

Las cinco transformaciones que componen el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 son: (a) Ordenamiento del Territorio Alrededor del Agua. (b) Seguridad Humana y Justicia Social. (c) Derecho Humano a la Alimentación. (d) Transformación Productiva, Internacionalización y Acción Climática. (e) Convergencia Regional.

Así, las transformaciones del PND y sus metas, se relacionan en la *Tabla 9*.

*Tabla 9. Transformaciones del PND “Colombia potencia mundial de la vida”*

Transformaciones	Metas
Ordenamiento del Territorio Alrededor del Agua y Justicia Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Entrega masiva de tierras:</b> Con la entrega de 2,9 millones de hectáreas, Colombia avanzará en la restitución y titulación de la tierra como instrumentos esenciales para alcanzar la paz y potencializar la producción agrícola nacional.</li> <li>• <b>Formalización de la pequeña y mediana propiedad rural:</b> Superar los conflictos sociales, ambientales y económicos alrededor del uso y acceso a la tierra requiere formalizar la tierra. Por ello, Colombia alcanzará los 3,9 millones de hectáreas formalizadas al final del cuatrienio.</li> <li>• <b>Acelerar el Catastro Multipropósito:</b> Para consolidar la reforma rural integral, Colombia actualizará el Catastro Multipropósito, pasando de un 9,4 % en 2022 a 70 % en 2026.</li> </ul>
Seguridad Humana y Justicia Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Reducir la Pobreza:</b> Colombia reducirá el porcentaje de personas en situación de pobreza multidimensional de 16 % en 2021 a un rango entre 11,5% y 9,5%.</li> <li>• <b>Duplicar el acceso a internet:</b> Pasar de 38,3 millones de accesos a internet en el país en 2021 a más de 71,4 millones.</li> <li>• <b>La educación superior para una sociedad en paz y basada en el conocimiento:</b> En Colombia tendremos la cobertura de educación</li> </ul>

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Transformaciones	Metas
	<p>superior más alta de la historia, al pasar de 53,9% en 2021, a 62 % al final del cuatrienio.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Impulsar a la Economía Popular:</b> Se aumentará en un 6% los ingresos de los micronegocios de la economía popular atendidos.</li> <li>• <b>Disminuir las horas de cuidado no remunerado:</b> Las mujeres jefas de hogar dedicarán menos horas al cuidado no remunerado de niños, niñas, adultos mayores o personas con discapacidad, al pasar de 22 horas semanales promedio, en 2021; a 19 horas al final del cuatrienio.</li> <li>• <b>Disminuir las muertes viales:</b> En cuatro años, las muertes por accidentes viales en Colombia bajarán un 23%, pasando de pasando de 7.238 en 2021 a 5.723 en 2026.</li> <li>• <b>Bajar drásticamente la mortalidad materna:</b> Reducción de mortalidad materna de 83 por cada 100 mil en 2020 a 32 por cada 100 mil.</li> </ul>
Derecho Humano a la Alimentación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Quiebre a la Pobreza extrema:</b> Disminuir la pobreza extrema a un dígito, al pasar de 12,2% en 2021 a 9,6% en 2026.</li> <li>• <b>Eliminar el hambre en la Primera infancia:</b> Disminuir fuertemente la mortalidad de niños por desnutrición menores de 5 años, reduciéndola a 3,37 por cada 100.000.</li> <li>• <b>Infraestructura para la soberanía alimentaria:</b> Durante el cuatrienio se fortalecerán 96 instalaciones portuarias, frente a doce intervenidas en 2022.</li> <li>• <b>Producción para la vida:</b> Aumentar en 10,38% la producción en cadenas agrícolas priorizadas para el Derecho Humano a la Alimentación, al pasar de 35,3 toneladas de alimentos a más de 38,9.</li> </ul>
Transformación Productiva, Internacionalización y Acción Climática	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Transición energética para la vida:</b> Utilizar los excedentes financieros del carbón y del petróleo para hacer una transición energética que lleve al país hacia una economía verde. El país agregará 2.000 MW de capacidad en operación comercial de generación eléctrica a partir de fuentes no convencionales de energía renovable.</li> <li>• <b>Colombia revitaliza la naturaleza con inclusión social:</b> Colombia ampliará las áreas en proceso de restauración, recuperación y rehabilitación de ecosistemas degradados a 1,7 millones de hectáreas. Es decir, 750.000 más que en 2022.</li> <li>• <b>Freno a la deforestación:</b> Reducir la deforestación nacional en un 20%, que equivale a cerca de 35.000 hectáreas menos frente al 2021</li> <li>• <b>Diversificar nuestras exportaciones:</b> Incrementar al 56,3% la participación de las exportaciones de bienes no minero energéticos y servicios en el total de exportaciones.</li> <li>• <b>Reindustrialización intensiva en conocimiento y tecnología:</b> Colombia duplicará su inversión en Investigación y Desarrollo, al llegar al 0,5% de la participación de la inversión de I+D en el PIB.</li> </ul> <p><b>Un transporte ambientalmente sostenible:</b> Llegar a 2,14 millones de toneladas de CO2 mitigadas por el sector transporte. Es decir, dos millones adicionales frente a 2021</p>
Convergencia Regional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Más hogares con Vivienda:</b> Reducir a un 26% el número de hogares con déficit habitacional en el país. Para 2021 este porcentaje fue de 31%.</li> </ul>

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Transformaciones	Metas
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Vías terciarias para conectar los territorios:</b> Llegar a más de 88.000 kilómetros de vías terciarias intervenidas. Hoy la cifra llega a 55.240.</li> <li>• <b>Fortalecer la capacidad logística:</b> reducir el porcentaje del costo logístico sobre las ventas en 10,1 puntos porcentuales, al pasar de 12,6% en 2020, a 11,5%.</li> <li>• <b>Disminuir la Pobreza para impulsar la paz:</b> Bajar la brecha del Índice de Pobreza Multidimensional en los municipios PDET respecto al total nacional de 12 puntos porcentuales a 10 o 7,4 puntos porcentuales.</li> </ul>

Fuente: (DNP, 2022)

En febrero 2023 el Gobierno Nacional presentó la política nacional de reindustrialización – CONPES 4129, ésta le apunta a fortalecer los encadenamientos productivos y la inversión, así como a tener un aumento en la productividad para cerrar brechas a partir de la sofisticación y la diversificación de la oferta nacional y exportable del país. Está encaminada hacia “una economía del conocimiento, productiva y sostenible” para dejar atrás la economía extractivista.

En este contexto, las cámaras de comercio son clave, por el rol y las funciones que por ley desempeñan, así como por el conocimiento de las dinámicas empresariales en sus jurisdicciones, para llevar a cabo acciones pertinentes de acuerdo con las características del tejido empresarial.

Por eso, de acuerdo con la obligación establecida normativamente en la Ley 905 de 2004 y en el Decreto 3820 de 2008, se suscribió la Adenda al Convenio Marco de Entendimiento, el cual se ha venido ratificando con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - MinCIT en los últimos 14 años. La ADENDA 2024 propone los siguientes programas estratégicos para la reindustrialización:

- Ruta de apoyo al desarrollo de las microempresas (programa FortaleSER antiguo CREEce).
- Fábricas de productividad y sostenibilidad.
- economía circular para mipymes y unidades económicas de la economía popular y comunitaria (ECAS).
- Centros de reindustrialización (Zascas).
- Conglomerados empresariales y/o clústers.
- Simplificación y automatización de trámites.
- Impulso a las unidades económicas de la economía popular y comunitaria (EPC), incluyendo poblaciones vulnerables y pueblos étnicos.
- Compras públicas.
- Arreglos institucionales para la reindustrialización.
- Inclusión financiera para las microempresas y las unidades económicas de la economía popular y comunitaria.
- Innovación empresarial.
- Digitalización.
- Internacionalización regional.
- Atención y acompañamiento a emprendedores.
- Promoción de la inversión extranjera directa.
- Turismo.

- Formación empresarial.
- Acompañamiento para el fortalecimiento del sector solidario y organizaciones asociativas.

Estos programas de la ADENDA a su vez están relacionados, y pueden impactar, uno o todos los pilares establecidos en la guía instructiva de la Superintendencia de Sociedades; dichos pilares son: (i) Industria, (ii) Agricultura y agroindustria, (iii) Servicios, (iv) Educación, (v) Inclusión social género y/o economía popular y (vi) Desarrollo de la Economía Regional.

### 1.1.6. Índice de competitividad evolutiva

El Índice Departamental de Competitividad (IDC), más que una métrica, es una lente a través de la cual se puede examinar la capacidad de los departamentos colombianos para generar bienestar y progreso para sus ciudadanos. Este índice se destaca por proporcionar una visión comparativa de la competitividad, poniendo en perspectiva el rendimiento de cada departamento frente a los demás, y al mismo tiempo, evidenciando las dinámicas internas que promueven o limitan su desarrollo.

La "competitividad evolutiva", se refiere al análisis del desempeño competitivo de los departamentos a lo largo del tiempo. Este enfoque va más allá de una foto estática de la competitividad; considera la trayectoria histórica de cada departamento, sus patrones de progreso y retroceso, y cómo estos han modelado el panorama actual y las perspectivas futuras. Al evaluar la competitividad evolutiva, los líderes y formuladores de políticas pueden identificar tendencias clave, entender las causas subyacentes de los cambios en los indicadores y diseñar intervenciones que respondan no solo a las circunstancias actuales sino también a las lecciones aprendidas del pasado.

La integración del IDC con el análisis de competitividad evolutiva proporciona una herramienta poderosa para la planificación estratégica y la toma de decisiones informadas. Permite a los administradores públicos y privados diseñar políticas y estrategias alineadas con las necesidades específicas de cada departamento, basándose en un entendimiento profundo de su contexto particular y su potencial de desarrollo.

Según el Índice de Competitividad Evolutiva, el departamento del Huila debe prestar especial atención a las siguientes acciones:

#### **Crecimiento sostenible: Monitoreo y mejora continua de los pilares exitosos.**

- Seguir promoviendo el acceso y uso de internet entre la población para mantener una alta tasa de adopción.
- Continuar con el mejoramiento de la infraestructura para garantizar un servicio de calidad.
- Mantener altos estándares de calidad educativa para conservar buenos resultados en pruebas estandarizadas.
- Continuar la inversión en formación especializada de docentes para mejorar la calidad de la educación.

**Revisión de políticas y ajuste de estrategias para revitalizar los pilares.**

- Ampliar la cobertura y calidad del servicio de agua potable.
- Mejorar los sistemas de saneamiento y alcantarillado.
- Invertir en el mejoramiento de la red vial.

**Retos de competitividad: Identificación de causas fundamentales y acciones transformadoras.**

- Desarrollar estrategias para diversificar los productos exportados, potenciando sectores con potencial de crecimiento y explorando nuevos mercados.
- Ampliar los mercados de exportación puede ayudar a aumentar la resiliencia económica y a abrir nuevas oportunidades para los productores locales.
- Fomentar la investigación y el desarrollo en instituciones educativas y centros de investigación, incentivando proyectos de alto impacto y calidad.
- Incrementar el apoyo a la propiedad intelectual y patentes, promoviendo la innovación en el sector empresarial y académico.

**Abordando brechas y acelerando el crecimiento en áreas de oportunidad.**

- Simplificar y agilizar los procesos burocráticos para fomentar la creación y expansión de negocios.
- Incentivar la formalización de empresas mediante políticas de apoyo y facilidades administrativas.

### 1.1.7. Programa de gobierno departamental

El programa de gobierno “Por Un Huila Grande” propone cinco pilares que permita coordinar la intervención del Departamento, para organizar y mejorar la oferta de atención y garantizar su sostenibilidad en el tiempo, los cuales se presentan a continuación.

*Tabla 10. Objetivos de los pilares del programa de gobierno “Por Un Huila Grande”*

PILAR	OBJETIVO
Alianza para la seguridad y el buen gobierno	Recuperar la seguridad en el Departamento del Huila, contribuyendo a la consolidación de una sociedad conviviente y pacífica, que confía en sus instituciones y que aporta con acciones concretas para el desarrollo del territorio en lo económico, social, ambiental y de infraestructura
Alianza para el progreso social	Contribuir al desarrollo humano integral, el fomento y la potenciación de las capacidades de todas las poblaciones que habitan Huila, con estrategias de inclusión, acceso a derechos y oportunidades, y promoción de la equidad para la igualdad; promoviendo el capital humano y social para desplegar el potencial poblacional del Departamento, en aras de su bienestar y calidad de vida digna y plena.
Alianza para el desarrollo económico y la regionalización	Fortalecer las vocaciones económicas en el Huila con miras a potenciar su desarrollo económico, tomando como punta de lanza las industrias tradicionales establecidas en la región, como



## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

	movilizadoras naturales del empleo, la formalización, la productividad, la competitividad, la equidad y la movilidad social.
Alianza para la sostenibilidad	Con el desarrollo de esta alianza se pretende garantizar la sostenibilidad ambiental del departamento, fortaleciendo los procesos de ordenamiento ambiental, conservación de la biodiversidad, y la gobernanza del territorio hacia la protección de los recursos naturales, reconociendo el agua como factor de bienestar social, productividad y competitividad de todos los huilenses.
Alianza para un Huila rural más productivo y sostenible	Brindar las herramientas financieras, tecnológicas y administrativas necesarias, que permitan potenciar y hacer del Huila, un territorio más productivo y sostenible.

Fuente: (Gobernación del Huila, 2024)

### 1.1.8. Tejido empresarial

El stock empresarial del departamento del Huila presentó una reducción del 0,51% respecto al año anterior, pasando de 40.091 empresas en el 2022 a 39.885 en el 2023. Las microempresas mostraron una tasa de crecimiento del -0,07%, las pequeñas empresas del -20,08%, medianas empresas del 2,66% y las grandes empresas del 80,56% respectivamente. La estructura empresarial de la región se compone en su gran mayoría por personas naturales con el 83,27% y el 16,73% restante corresponde a personas jurídicas. Las actividades económicas más representativas en el 2023 fueron: Comercio con 49,32%, seguido de Servicios de comida y alojamientos con 14,16%, Industrias manufactureras con 8,46%, Otras actividades de servicio con 4,19%, Actividades profesionales, científicas y técnicas con 3,80% y Construcción con 3,71%. En promedio el 89,69% de las empresas del tejido empresarial en el 2023, generaron entre 1 y 4 empleos. Finalmente, las unidades productivas se concentraron principalmente en la zona norte (57%).

En stock empresarial en cuanto a tipo de organización y según el análisis para los últimos 8 años, muestra que las personas jurídicas vienen ganando terreno, siendo así que pasaron de representar el 14,55% en 2016 al 16,73% en 2023, denotando solidez en el tejido empresarial, puesto que, según el estudio de supervivencia empresarial en Colombia, la tasa de supervivencia de unidades de este tipo es superior a la de las personas naturales.

En cuanto a la dinámica empresarial para el año 2023, se presentó una reducción del 10,20% en la constitución de empresas, pasando de 8.471 en el 2022 a 7.607 unidades productivas, además, se evidencia la predominancia de la creación de empresas en personas naturales, siendo el sector de Comercio con 46,73%, seguido de Servicios de comida y alojamientos con 10,10%, Industrias manufactureras con 7,86%, Otras actividades de servicios con 4,09%, Actividades profesionales, científicas y técnicas con 3,46% y Construcción con 3,35% las más representativas. Para el año de referencia, un total de 1.560 unidades productivas fueron constituidas con más de un empleo. Respecto a la supervivencia, el 64,12% de las empresas sobreviven al primer año de operación, el 36,85% continúan en el tercer año de trabajo y el 29,35% sobreviven al quinto año de ejercer la actividad económica.

De igual forma, la salida de empresas para el año 2023, alcanzó el número de 10.780 empresas entre personas jurídicas y naturales, registrando la tercera cifra más alta en los últimos 8 años. En promedio, las personas naturales representan el 89,23% de las unidades productivas que cancelan o no renuevan su matrícula mercantil y las sociedades contribuyen el 10,77% restante. Comercio al por mayor y al por menor; vehículos, es el sector más representativo en la salida de empresas, con una participación media de 46,33% durante los últimos 8 años; seguida de actividades como Alojamiento y servicios de comida e Industrias manufactureras, que, en conjunto con Comercio, representan más del 71,53% de las salidas de empresas en el departamento. Finalmente, del total de empresas que sale del stock según el número de personas ocupadas, en promedio el 96% de estas generan entre 1 y 4 empleos.

El sector económico de mayor relevancia en el departamento del Huila se basa en la actividad de Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; el cual evidencia una reducción en el tejido empresarial del 0,47% en el 2023 frente al 2022. Así mismo, en el 2023 se crearon 148 unidades productivas en este sector. Por su parte, la tasa de supervivencia para el primer año se ubica en el 79,89%, en el tercer año en el 36,21% y en el quinto año de operación sobreviven el 25,86% del total de empresas que se crearon en el 2018.

Es relevante resaltar que en los últimos 8 años se ha fortalecido el tejido empresarial de la actividad estratégica de Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, lo cual es evidenciado por la mayor representatividad de las personas jurídicas (64,15%) frente a las naturales (38,85%). Adicionalmente este comportamiento se ve reflejado en el crecimiento del número pequeñas (119%), medianas (82%) y grandes empresas (400%) en este mismo periodo.

El análisis de la tasa de supervivencia empresarial para el departamento del Huila presenta un panorama positivo, toda vez que las diferentes mediciones realizadas en la jurisdicción reflejan un crecimiento importante al pasar de tener una tasa de supervivencia del 24,8% (2015-2020) al 29,35%(2018-2023); de otro lado el crecimiento de este indicador muestra que a través de los años las condiciones en el entorno han venido mejorando y con ello incentivando la permanencia y el crecimiento empresarial. No obstante, aunque se ha mejorado en el indicador, el reto para la región se materializa en seguir generando acciones y sinergias que permitan la permanencia empresarial, para con ello alcanzar una tasa de supervivencia mejor al promedio nacional (33,4%).

## **1.2. La Cámara de Comercio del Huila**

### **1.2.1. Historia**

En 1932, mediante el Decreto 1674 del 7 de octubre, expedido por la Presidencia de la República, se conforma la Cámara de Comercio de Neiva y el 24 de octubre del mismo año, se reconoce legalmente la entidad creada por los comerciantes y dirigentes gremiales, para trabajar en todos los asuntos de importancia que el Gobierno le encomiende. Desde su misma creación comienza a desarrollar una importante labor como orientadora nacional, consultora del Gobierno y vocera de los intereses de los gremios y de la comunidad (intermediaria para rebaja de impuestos, fletes

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

marítimos y costos de transporte de carga, mayor fluido eléctrico, arreglo de vías férreas y de pista de aterrizaje del aeropuerto de Neiva, y problemática de vendedores ambulantes.

En los 60's la Cámara de Comercio de Neiva apoya 100% la causa "operación Huila", promovida por un grupo de jóvenes ilustres, para que el departamento tenga Universidad.

En los 70's las Cámaras de Comercio, dejan de enmarcar su trabajo sólo en lo consagrado en la Ley 28 de 1931 (función registral), para ser mucho más ambiciosas y ser impulsoras del desarrollo regional y nacional. Comienzan las primeras actividades de promoción del comercio (eventos, ferias empresariales). Se crean las oficinas de Garzón y Pitalito, en su orden.

En 1980 se crea la oficina de La Plata. Se dan las primeras misiones comerciales a Venezuela, Estados Unidos y Ecuador; y se da el proceso de cambio de máquinas de escribir a equipos de cómputo en las oficinas de la Cámara de Comercio de Neiva.

Inicia en 1993 la jornada de salud Healing The Children, campaña social que abandera la Cámara de Comercio de Neiva en articulación con la empresa privada de la región y el país, y las entidades públicas; se crea el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Neiva (1994); se confiere el manejo del registro de proponentes y de ESAL y; se lidera la expedición de la Ley Páez, para beneficiar a los empresarios de la región, tras la avalancha del río Páez.

En el año 2000 comienza la remodelación y la modernización de las sedes de la Cámara de Comercio de Neiva; se descentralizan los servicios de Cámara a los 37 municipios del Huila; se da la conectividad de Neiva y las regiones; nace el centro de formación empresarial (CIE); se certifica la Cámara de Comercio de Neiva en calidad con sus procesos: registros públicos, desarrollo empresarial y métodos alternos de solución de conflictos. En el 2007 es renovada y extendida a sus sedes: Pitalito, Garzón y La Plata; se adquiere el Centro Artesanal de Pitalito y allí se acondiciona para la Cámara de Comercio de Neiva- seccional Pitalito, se construye igualmente la sede de Garzón; en el 2007 la Cámara celebra sus 75 años. El evento lo preside el entonces presidente Álvaro Uribe Vélez, quien deja importantes anuncios para el Huila, luego de que el Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio, Ariel Rincón Machado, le pidiera como "regalos" la construcción de las vías de la competitividad.

Se apoya para la creación de los bancos de alimentos de Neiva, Pitalito y Garzón; se crea el Centro de Atención Empresarial (CAE), servicio que simplifica trámites, costos y tiempos, al empresario que quiere crear empresa; nace el observatorio ciudadano Concejo Visible; entra en funcionamiento el Centro de Emprendimiento Cámara Emprende; se da la certificación de calidad a 23 empresas huilenses con el apoyo de la Gobernación del Huila y Ecopetrol; se presenta en el Club El Nogal en Bogotá, ante empresarios nacionales y regionales, el Portafolio de Atracción de Inversión del Huila, realizado por la Cámara de Comercio de Neiva y la Gobernación del Huila; se da apertura al Centro de Competitividad-Invest in Huila; nace Asamblea Visible; la Cámara de Comercio implementa la Norma ISO 26000 –RSE, gracias a convenio Confecámaras-Ecopetrol; Se termina la construcción del Centro Empresarial Surcolombiano, sede de la Cámara de Comercio de Neiva-seccional Pitalito, con la habilitación de un espacio de 2 mil metros cuadrados,

para albergar a cerca de 3 mil personas que asistan a actividades académicas, feriales, artísticas y culturales; en Garzón se construye también una plazoleta con capacidad máxima de acomodación de 1.098 personas. En el 2012 se inaugura el Centro de Competitividad e Innovación en convenio con Ecopetrol, y el Centro de Conciliación en Pitalito. En el 2013 la Cámara de Comercio de Neiva se adhiere al Pacto Global, en el 2014 se inicia programas de formación especializados con la Universidad de La Sabana y en la parte registral se ingresa a la era digital con los trámites virtuales y el dispensador de certificados. Actualmente se cuenta con una oferta más variada de especializaciones y maestrías con reconocidas universidades del país, se realizan eventos comerciales con trascendencia nacional como Expohuila y foros empresariales y de opinión con importantes personalidades del orden nacional e internacional. Así mismo, se trabaja mucho más en las apuestas productivas del departamento del Huila, y en la formulación de proyectos empresariales.

En el año 2020 la Cámara de Comercio de Neiva, se convierte en la Cámara de Comercio del Huila, en el año 2021, se crea el Centro de Atención Empresarial – CAE en Garzón, se implementa la Ventanilla Única Empresarial, VUE, que es la evolución del CAE en la sede principal Neiva, se crea la aplicación móvil Cámara de Comercio del Huila para poder realizar consulta de radicados, recuperación de certificados y renovaciones express. En el año 2022, se certifica nuevamente la Cámara de Comercio del Huila en la ISO 9001:2015, se implementa la Ventanilla Única Empresarial, VUE en la sede Garzón, se realiza la creación de asistencia virtual en servicios registrales, a través de la gestión de citas, se implementa un ChatBot en sede virtual con integración a SII para recuperar certificados, consulta de trámites y simulación de renovación, se implementa la consulta estadística del tejido empresarial a través de herramienta de analítica Power BI en la sede virtual, y se realiza la inauguración de la nueva sede en Neiva, Huila e, Centro Empresarial, una extensión de más de 3.500 metros cuadrados, al servicio de empresarios, emprendedores, estudiantes y comunidad en general. En el año 2023, se implementó la Adenda al Convenio Marco de Entendimiento entre las Cámaras de Comercio y el Gobierno nacional con nuevos programas para el fortalecimiento empresarial, se aseguró el mantenimiento de la certificación de calidad bajo la norma ISO 9001:2015 y se dio inicio a la remodelación de la seccional Pitalito para crear el Centro Empresarial con enfoque agroindustrial.

### 1.2.2. Valores corporativos

**Vocación de servicio:** Es el compromiso genuino que tenemos para satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, usuarios o beneficiarios, actuando con empatía, eficiencia y calidad. Este valor busca convertirnos en el mejor aliado estratégico de nuestros grupos de interés, promoviendo relaciones duraderas y significativas.

**Ética:** Es actuar siempre correctamente, orientándonos hacia acciones justas, transparentes y responsables. Promovemos la integridad, el respeto por la ley, la honestidad en las relaciones con nuestros grupos de interés y el compromiso con la sostenibilidad social y ambiental.

**Liderazgo:** Es destacarnos siempre por ser útiles y referentes de buenas prácticas a nivel regional y nacional.

**Compromiso:** Es dar siempre más de la “milla” y hacerlo con pasión.

**Lealtad:** Es el compromiso inquebrantable de los colaboradores, directivos y aliados con la Entidad. Implica actuar con respeto y sentido de pertenencia, protegiendo la reputación institucional y la de cada uno de quienes integran la organización.

### **1.2.3. Documentos rectores de la Cámara de Comercio del Huila**

- Estatutos.
- Manual de presupuesto.
- Política contable.
- Política de protección de datos personales.
- Política de seguridad de la información.
- Políticas de seguridad y salud en el trabajo.
- Política de servicio al cliente.
- Política para la administración de riesgos.
- Política de gestión documental.
- Política de calidad.
- Reglamento interno de contratación.
- Reglamento interno de trabajo.
- Reglamento de afiliados.
- Reglamento interno del centro de conciliación.

### **1.3. Evaluación del Plan Estratégico de la Cámara de Comercio del Huila 2020-2025**

El Plan Estratégico 2020 - 2025 se diseñó con cinco objetivos, diecisiete estrategias, treinta y seis tácticas y cuarenta y cinco metas, al cual se le realiza seguimiento anual con cada una de las direcciones de Neiva y las regiones de Pitalito, Garzón y La Plata. Es así, como a corte 31 de diciembre de 2023, equivalente al 67% del tiempo, el Plan Estratégico tiene un cumplimiento del 84%.

En la Tabla 11 se presenta el nivel de cumplimiento por objetivo, una vez evaluada cada una de las metas.

*Tabla 11. Nivel de cumplimiento por objetivo*

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Objetivo	Peso porcentual en el Plan Estratégico	Nivel de cumplimiento a 2023
1. Gestionar el mejoramiento de los indicadores de competitividad	30%	94%
2. Promover el emprendimiento, la innovación para fortalecer la productividad empresarial, y velar por la sostenibilidad de las empresas y la región	25%	81%
3. Mejorar las capacidades del talento humano de la región	15%	68%
4. Gestionar los recursos institucionales para garantizar el cumplimiento de los objetivos estratégicos y la sostenibilidad de la organización	15%	82%
5. Garantizar el acceso oportuno y de calidad de los servicios registrales y facilitar la formalización como factor de competitividad	15%	85%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>84%</b>

Fuente: elaboración propia.

En la Tabla 12 se presenta el nivel de cumplimiento de las metas del objetivo 1 denominado "Gestionar el mejoramiento de los indicadores de competitividad".

*Tabla 12. Cumplimiento de metas del Objetivo 1*

Metas a 2025	Resultado a 2023	Cumplimiento
100% de acciones bajo responsabilidad de la CCH establecidas en la "Guía para el mejoramiento de la Competitividad"	100% de las acciones realizadas	100%
Posición 13 del Huila en el IDC al 2025	Posición 12 en el IDC	100%
4 propuestas, proyectos e iniciativas de políticas públicas para mejorar el entorno competitivo del departamento	4 propuestas, proyectos e iniciativas de políticas públicas	100%
39 estudios de alto impacto realizados	30 estudios de alto impacto realizados	77%

Fuente: elaboración propia.

En la Tabla 13 se presenta el nivel de cumplimiento de las metas del objetivo 2 denominado "Promover el emprendimiento, la innovación para fortalecer la productividad empresarial, y velar por la sostenibilidad de las empresas y la región".

*Tabla 13. Cumplimiento de metas del Objetivo 2*

Metas a 2025	Resultado a 2023	Cumplimiento
15% de empresas con negocios efectivos en ruedas de negocio	27% de empresas con negocios efectivos	100%
200 eventos realizados	174 eventos realizados	87%
85 empresas intervenidas	609 empresas intervenidas	100%

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Metas a 2025	Resultado a 2023	Cumplimiento
36 empresas que inician procesos de exportación o incrementan volumen de ventas en el exterior	81 empresas	100%
3 iniciativas clúster diseñadas y/o implementadas	2 iniciativas clúster	67%
246 emprendedores fortalecidos	3119 emprendedores fortalecidos	100%
50 emprendimientos acelerados	249 emprendimientos acelerados	100%
36 proyectos y/o propuestas formulados y presentados que impulsen las apuestas productivas y promuevan la atracción de inversión	50 proyectos y/o propuestas formulados y presentados	100%
1 proyecto ejecutado	1 proyecto ejecutado	100%
32 patentes o diseños industriales radicados, a través de la CCH	47 patentes o diseños industriales radicados	100%
130 marcas registradas, a través de la CCH	264 marcas registradas	100%
57 empresas que implementan procesos y/o proyectos en innovación	57 empresas que implementan procesos y/o proyectos en innovación	100%
3 iniciativas de innovación abierta en el ámbito empresarial y social, ejecutadas	1 iniciativas de innovación abierta en el ámbito empresarial y social, ejecutadas	33%
6 empresas con patentes concedidas que implementan fase de transferencia tecnológica con apoyo de la CCH	36 empresas con patentes concedidas	100%
5 empresas instaladas o capitalizadas en el Huila por gestión de la CCH	4 empresas instaladas o capitalizadas en el Huila	80%
12 usuarios calificados en Zona Franca Surcolombiana	5 usuarios calificados	42%
50% de conciliaciones con acuerdo tramitadas por la CCH	45% de conciliaciones con acuerdo	89%
60% de servicio que impactan el sector empresarial del total de servicios que ofrece el Centro de Conciliación	52% de servicio impactan el sector empresarial	87%

Fuente: elaboración propia.

En la Tabla 14 se presenta el nivel de cumplimiento de las metas del objetivo 3 denominado “Mejorar las capacidades del talento humano de la región”.

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

*Tabla 14. Cumplimiento de metas del Objetivo 3*

Metas a 2025	Resultado a 2023	Cumplimiento
1200 personas en programas de educación superior y formación continua, graduadas	753 personas en programas de educación superior y formación continua, graduadas	63%
3000 personas en programas de formación para el trabajo y especializada para sectores	1209 personas en programas de formación para el trabajo y especializada para sectores	40%
43200 personas capacitadas en formación masiva	40163 personas capacitadas en formación masiva	93%
9 programas propios	7 programas propios	78%

Fuente: elaboración propia.

En la Tabla 15 se presenta el nivel de cumplimiento de las metas del objetivo 4 denominado “Gestionar los recursos institucionales para garantizar el cumplimiento de los objetivos estratégicos y la sostenibilidad de la organización”.

*Tabla 15. Cumplimiento de metas del Objetivo 4*

Metas a 2025	Resultado a 2023	Cumplimiento
38 servicios virtualizados y/o mejorados	33 servicios virtualizados y/o mejorados	87%
50% de uso de los servicios virtuales	32% de uso de los servicios virtuales	64%
4% de crecimiento anual de los ingresos públicos	13,6% de crecimiento anual de los ingresos públicos	100%
40% de crecimiento anual de los ingresos privados	14% de crecimiento anual de los ingresos privados	36%
90% de satisfacción del cliente interno	91% de satisfacción del cliente interno	100%
80% de empleados con competencias fortalecidas	175% de empleados con competencias fortalecidas	100%
1 estrategia de cero papel implementada	1 estrategia de cero papel implementada	100%
60% de disminución en el uso de papel	21% de disminución en el uso de papel	34%
90% de satisfacción de los clientes impactados con los servicios de la Cámara	92% de satisfacción de los clientes impactados con los servicios de la Cámara	100%
90% de empresarios que renuevan afiliación a la CCH	94% de empresarios que renuevan afiliación a la CCH	100%
1700 afiliados	1465 afiliados	86%



## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Metas a 2025	Resultado a 2023	Cumplimiento
95% de favorabilidad de la CCH en la población impactada	94% de favorabilidad de la CCH en la población impactada	99%
21000 personas beneficiadas con programas de RSE	15496 personas beneficiadas con programas de RSE	74%
2 certificaciones del Centro de Conciliación en la Norma NTC 5906	0 certificaciones del Centro de Conciliación en la Norma NTC 5906	0%

Fuente: elaboración propia.

En la Tabla 16 se presenta el nivel de cumplimiento de las metas del objetivo 5 denominado “Garantizar el acceso oportuno y de calidad de los servicios registrales y facilitar la formalización como factor de competitividad”.

*Tabla 16. Cumplimiento de metas del Objetivo 5*

Metas a 2025	Resultado a 2023	Cumplimiento
100% procesos con oportunidad de mejora, mejorados	70% procesos mejorados	70%
90% de renovados respecto a los matriculados del año anterior	90% de renovados respecto a los matriculados del año anterior	100%
30% de comerciantes formalizados del total de sensibilizados	49% de comerciantes formalizados del total de sensibilizados	100%
1 VUE implementada en Neiva	1 VUE implementada en Neiva	100%
1 CAE implementado en región	1 CAE implementado en región	100%

Fuente: elaboración propia.

### 1.4. Análisis DOFA

Para trazar el enfoque estratégico de la Cámara de Comercio del Huila, se hizo necesario actualizar la matriz DOFA, cuyo propósito es identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, elementos que permiten evidenciar de manera clara los factores internos y externos que pueden afectar la ejecución del plan.

El objetivo del análisis DOFA es aprovechar las oportunidades presentes apalancándose en las fortalezas de la organización para lograr superar las debilidades y minimizar o contrarrestar el efecto de las amenazas del entorno; dentro de su finalidad se tiene que el análisis permite, de manera creativa, el planteamiento de posibles estrategias a partir de la situación del contexto.

Para la actualización de la matriz DOFA, se utilizaron como insumos la matriz DOFA del plan estratégico anterior, así como lo manifestado por los grupos de interés en los diferentes escenarios de construcción de este plan y conversaciones con la alta dirección de la organización;

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

se contó con la participación de un equipo de colaboradores de diferentes áreas de la Cámara de Comercio del Huila y un grupo de empresarios de las diferentes regiones, para garantizar la representatividad.

Tabla 17. Matriz DOFA

	Positivos	Negativos
	Fortalezas	Debilidades
Internos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reconocido liderazgo institucional y gremial en la región.</li> <li>2. Única Cámara de Comercio en el departamento del Huila.</li> <li>3. Capacidad para articular y convocar gremios, instituciones y sectores estratégicos en iniciativas de impacto regional y empresarial.</li> <li>4. Uso eficiente de información registral y bases de datos para la toma de decisiones y desarrollo de estudios económicos.</li> <li>5. Experiencia en la eficiente gestión y ejecución de recursos públicos y privados, propios y de terceros.</li> <li>6. Innovación en servicios empresariales.</li> <li>7. Equipo humano de alto desempeño.</li> <li>8. Infraestructura física adecuada para la prestación de servicios óptimos a los grupos de interés.</li> <li>9. Programas de formación, capacitación, alistamiento y asistencia técnica especializados, principalmente, en innovación e internacionalización.</li> <li>10. Expansión de programas de formación y capacitación en habilidades blandas y competencias laborales, alineados con las necesidades del mercado.</li> <li>11. Gestión activa de conexiones de valor mediante ruedas, eventos y misiones comerciales.</li> <li>12. Facilitación del acceso a mercados internacionales, a través de programas de internacionalización y ruedas de negocio internacionales.</li> <li>13. Capacidad para ofrecer servicios de resolución de conflictos y simplificación de trámites, lo que incrementa la experiencia de usuario.</li> <li>14. Ejecución de programas con impacto social.</li> <li>15. Amplia red de aliados estratégicos nacionales e internacionales para el desarrollo de proyectos empresariales y de innovación.</li> <li>16. Experiencia en la formulación y gestión de proyectos de alto impacto económico y</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Insuficiente capacidad tecnológica en áreas clave para la automatización de procesos y análisis avanzado de datos.</li> <li>2. Necesidad de fortalecer el acompañamiento y asesoría a emprendedores y empresas.</li> <li>3. Limitada promoción y difusión de los servicios y logros de la Cámara, afectando la percepción de impacto generado.</li> <li>4. Débil seguimiento a la fidelización de afiliados y clientes.</li> <li>5. Falta de herramientas adecuadas para contribuir en el acceso a financiación a empresarios y emprendedores.</li> <li>6. Insuficiente diversificación de fuentes de ingresos, generando una dependencia alta de los servicios registrales.</li> <li>7. Capacidad limitada para monitorear el impacto de los proyectos ejecutados, dificultando la medición de resultados y el aprendizaje institucional.</li> <li>8. Débil infraestructura tecnológica para el e-learning y la formación continua de empresarios y colaboradores.</li> <li>9. Necesidad de mayor articulación con el sector académico y científico, para promover la transferencia de tecnología y la innovación empresarial.</li> <li>10. Poca participación en redes internacionales y eventos globales, reduciendo la posibilidad de crear conexiones de valor fuera del país.</li> <li>11. Falta de un banco de proyectos robusto, que permita gestionar de manera proactiva oportunidades de financiamiento externo.</li> </ol>

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

	Positivos	Negativos
	<p>social, apalancando recursos de diversas fuentes de financiación.</p> <p>17. Articulación con entidades académicas y centros de investigación, para el desarrollo de programas de transferencia tecnológica y de propiedad intelectual.</p>	
Externos	Oportunidades	Amenazas
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Consolidación de infraestructura física para el desarrollo de proyectos empresariales en apuestas productivas potenciados por el emprendimiento, la innovación y la transformación digital, entre otros.</li> <li>2. Ampliación de la oferta de servicios empresariales digitales, incluyendo asesorías virtuales, eventos híbridos y formación en línea.</li> <li>3. Servicios diseñados a la medida de las necesidades y expectativas de los empresarios.</li> <li>4. Promoción de desarrollo de las cadenas de valor en sectores estratégicos priorizados para el Huila.</li> <li>5. Acceso a convocatorias nacionales e internacionales para la financiación de proyectos estratégicos.</li> <li>6. Fortalecimiento de la responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad como eje transversal.</li> <li>7. Generación de ingresos mediante la diversificación del portafolio de servicios.</li> <li>8. Simplificación de trámites.</li> <li>9. Mejora del entorno competitivo mediante gestión de conocimiento y veedurías.</li> <li>10. Alianzas para impulsar la inclusión de emprendedores en redes internacionales, fomentando la colaboración internacional y redes de aprendizaje.</li> <li>11. Desarrollo de programas específicos para el fomento del emprendimiento social, integrando la economía colaborativa y los ecoemprendimientos sostenibles.</li> <li>12. Implementación de plataformas e-learning para la formación dual.</li> <li>13. Aprovechamiento de tendencias globales en inteligencia artificial y automatización, para optimizar procesos y mejorar la experiencia del usuario.</li> <li>14. Participación en redes internacionales de innovación y competitividad, para identificar mejores prácticas y aplicar soluciones innovadoras en la región.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cambios legislativos y políticos que puedan afectar la obligatoriedad del registro mercantil o la autonomía de las Cámaras de Comercio.</li> <li>2. Inestabilidad económica nacional e internacional, que podría reducir la inversión privada y el consumo empresarial en la región.</li> <li>3. Altos costos en servicios públicos y cargas impositivas que limitan la competitividad empresarial.</li> <li>4. Niveles persistentes de inseguridad que afectan la confianza y la inversión en la región.</li> <li>5. Efectos del cambio climático en sectores clave como la agricultura y el turismo.</li> <li>6. Alta dependencia de la economía regional en la administración pública, la agricultura, el comercio y los servicios, con limitada diversificación industrial.</li> <li>7. 97% del tejido empresarial departamental está compuesto por microempresas, caracterizado por un bajo nivel de movilidad, limitando el crecimiento empresarial y la generación de empleo e inversión.</li> <li>8. Incremento en la informalidad.</li> <li>9. Falta de mano de obra calificada, dificultando la sostenibilidad empresarial.</li> <li>10. Competencia en la oferta educativa, de formación empresarial y eventos, afectando la demanda de programas propios de la Cámara.</li> <li>11. Aumento de la competencia digital, con plataformas virtuales ofreciendo servicios similares a menor costo o con mayor accesibilidad.</li> <li>12. Baja cultura empresarial en innovación y propiedad intelectual, lo que puede limitar el desarrollo de nuevas marcas y patentes en la región.</li> <li>13. Dificultad para atraer y retener talento calificado, especialmente en sectores</li> </ol>

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

	Positivos	Negativos
	15. Desarrollo de metodologías para medir el impacto económico y social de los programas y proyectos ejecutados. 16. Generación de valor agregado en productos agrícolas y de la economía popular, a través de iniciativas de transformación productiva. 17. Participación activa en proyectos de infraestructura regional, que mejoren las condiciones logísticas y comerciales del departamento. 18. Acceso a programas de financiación blanda y capital semilla, beneficiando a emprendedores y microempresarios con menos acceso a recursos.	emergentes como tecnología, innovación y transformación digital. 14. Pérdida de confianza empresarial e institucional, en caso de no cumplir con las expectativas generadas por los programas y proyectos. 15. Falta de incentivos suficientes para la formalización empresarial, dificultando la meta de aumentar el número de empresas registradas y activas en la región.

Fuente: elaboración propia.

La Cámara de Comercio del Huila enfrenta un panorama estratégico, caracterizado por fortalezas como su liderazgo institucional y gremial, su sólida reputación, su infraestructura moderna y su capacidad de articular actores clave en el desarrollo regional. Además, se destacan avances en transformación digital, innovación empresarial y programas orientados a la formación y aceleración de empresas. Sin embargo, persisten desafíos relacionados con la insuficiente capacidad tecnológica en ciertas áreas, la limitada promoción de sus servicios y la necesidad de fortalecer el acompañamiento a emprendedores y pequeñas empresas. Entre las oportunidades más relevantes se encuentran la consolidación del Centro Empresarial Huila E, el desarrollo de cadenas de valor, el acceso a convocatorias internacionales y la promoción de sostenibilidad empresarial. Por otro lado, las amenazas incluyen cambios legislativos que pueden afectar su autonomía, la dependencia económica de sectores agrícolas y comerciales, y el impacto del cambio climático en la región. Estas variables estratégicas servirán como base para priorizar acciones que impulsen el desarrollo empresarial y regional, promoviendo la competitividad y sostenibilidad en el mediano y largo plazo.

### 1.4.1. Trazabilidad entre la Matriz DOFA y las Estrategias del Plan Estratégico

Con el propósito de asegurar la coherencia interna del Plan Estratégico 2025-2028 y fortalecer la lógica de su formulación, se construyó una tabla de trazabilidad que permite evidenciar cómo cada una de las 19 estrategias definidas se deriva de combinaciones específicas entre las variables de la matriz DOFA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas). Para ello, se utilizaron combinaciones múltiples que integran de manera articulada elementos internos (fortalezas y debilidades) con factores del entorno (oportunidades y amenazas), con el fin de potenciar capacidades, mitigar riesgos, superar brechas y responder estratégicamente al contexto regional y nacional. En la siguiente tabla se presenta, de manera sistemática, el número de la estrategia, el tipo de estrategia (FO, DO, FA o DA), las combinaciones DOFA utilizadas con su respectiva explicación, y el texto exacto de cada estrategia definida en el Plan.

*Tabla 18. Trazabilidad entre la Matriz DOFA y las Estrategias del Plan Estratégico*

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Nº	Estrategia DOFA (con explicación)	Estrategia del Plan Estratégico
1	Se aprovecha la capacidad de articulación institucional (F3), la experiencia en programas de impacto (F14, F16) y las oportunidades asociadas al desarrollo de infraestructura productiva (O1), el fortalecimiento de cadenas de valor (O4), el acceso a convocatorias (O5) y la transformación productiva (O16), para hacer frente a debilidades como la limitada asesoría empresarial (D2) y el acceso a financiación (D5), así como a amenazas estructurales como la baja movilidad empresarial (A7), la escasa diversificación regional (A6) y la falta de incentivos a la formalización (A15). Esta combinación da origen a una estrategia integral que busca dinamizar el aparato productivo y promover el crecimiento sostenible en la región.	Potenciar la sostenibilidad y el crecimiento sectorial y empresarial
2	Se combinan fortalezas como la oferta de servicios innovadores (F6), programas de formación en innovación (F9), y alianzas estratégicas (F15), con oportunidades del entorno como el auge de los servicios digitales (O2), la inteligencia artificial (O13) y las redes de innovación (O14). Al mismo tiempo, se atienden debilidades internas como la limitada infraestructura tecnológica (D1, D8), la escasa articulación académica (D9) y amenazas externas como la competencia digital creciente (A11) y la baja cultura de innovación (A12). Esta combinación busca mejorar las capacidades empresariales para enfrentar con éxito el reto de la transformación digital.	Mejorar la capacidad de las empresas para que sean más eficientes y competitivas en el entorno digital
3	Se apalancan fortalezas como los servicios empresariales innovadores (F6), los programas de formación especializados (F9) y la articulación con centros de investigación (F17) para fomentar capacidades empresariales en innovación y propiedad industrial. Las oportunidades como la conexión a redes internacionales de innovación (O14), la valorización de productos mediante transformación productiva (O16), y el impulso de emprendimientos con impacto (O11) refuerzan el entorno propicio para este objetivo. A la vez, se atienden limitaciones internas como la escasa articulación con la academia (D9) y amenazas como la débil cultura empresarial en temas de innovación y propiedad intelectual (A12), que requieren intervención institucional decidida.	Fomentar la innovación, la propiedad industrial y el registro de marcas en los empresarios
4	Se parte de fortalezas como la gestión activa de eventos comerciales (F11), los programas de internacionalización (F12) y la articulación con aliados internacionales (F15) para impulsar la conexión de empresas locales con mercados globales. Esta estrategia aprovecha oportunidades como las alianzas para redes internacionales (O10), la participación en iniciativas globales de competitividad (O14) y en infraestructura logística (O17). Además, busca superar debilidades como la escasa participación internacional (D10), y hacer frente a amenazas estructurales del tejido empresarial del Huila, como su alta concentración en microempresas poco dinámicas (A7), la informalidad (A8) y la baja diversificación productiva (A6), promoviendo así un tejido empresarial más globalizado y resiliente.	Potenciar el intercambio comercial de las empresas con el mundo
5	La Cámara de Comercio puede apalancarse en su liderazgo institucional (F1), su capacidad de articulación (F3) y su red de aliados (F15), así como en su experiencia en gestión de proyectos (F16) y conexión con entidades académicas (F17), para estructurar iniciativas atractivas para el capital externo. Esta estrategia permite superar debilidades como la falta de herramientas de financiación (D5), la alta dependencia del ingreso registral (D6) y la ausencia de un banco de proyectos (D11), a la vez que aprovecha oportunidades como el acceso a convocatorias nacionales e internacionales (O5), a programas de financiación blanda (O18) y al desarrollo de infraestructura para apuestas productivas (O1). Además, responde a amenazas estructurales como la inestabilidad económica (A2), la falta de diversificación económica (A6) y la	Atraer capital externo para impulsar el desarrollo económico, la generación de empleo y la transferencia tecnológica en el departamento

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Nº	Estrategia DOFA (con explicación)	Estrategia del Plan Estratégico
	escasez de talento en sectores emergentes (A13), fomentando condiciones para el desarrollo económico sostenido en el departamento.	
6	Esta estrategia se basa en la existencia de un equipo humano sólido (F7), con trayectoria en formación especializada (F9) y en habilidades blandas alineadas al mercado (F10), complementado por el relacionamiento con la academia (F17). Busca superar debilidades internas como la débil infraestructura tecnológica para el aprendizaje virtual (D8) y la limitada conexión con actores del conocimiento (D9), mientras aprovecha oportunidades como la expansión de servicios digitales (O2), el uso de plataformas e-learning (O12) y el auge de tecnologías de IA para la formación (O13). Asimismo, responde a amenazas clave como la falta de personal calificado (A9) y la dificultad de retener talento en sectores estratégicos como la innovación y la transformación digital (A13), promoviendo un entorno de aprendizaje continuo que fortalezca el capital humano en el departamento.	Fortalecer los conocimientos, habilidades y actitudes del capital humano
7	Se aprovecha la capacidad de articulación regional (F3), el enfoque innovador de los servicios empresariales (F6), la experiencia en programas de impacto social (F14) y el respaldo de aliados estratégicos (F15) para abordar debilidades como el escaso acompañamiento empresarial (D2), la falta de herramientas financieras (D5) y la limitada medición del impacto (D7). Esta estrategia responde también a amenazas estructurales como la baja cultura empresarial en innovación (A12), la dependencia económica de sectores tradicionales (A6) y el riesgo de pérdida de confianza institucional (A14), buscando institucionalizar buenas prácticas que fortalezcan la gestión empresarial regional y mejoren su sostenibilidad.	Aumentar la adopción de buenas prácticas empresariales en empresas de la región
8	Se integran múltiples fortalezas institucionales como el liderazgo gremial (F1), la articulación estratégica (F3), el uso inteligente de la información (F4), y la experiencia en gestión de proyectos y recursos (F5, F16), así como la conexión activa con redes académicas (F17) y de valor (F11). Esto permite gestionar acciones que respondan a debilidades como la baja articulación con el sector científico (D9) y capitalizar oportunidades relacionadas con cadenas de valor (A4), fuentes de financiamiento (A5), infraestructura física (A1), nuevas metodologías de medición de impacto (A15), y la participación en proyectos regionales (A17). A su vez, se hace frente a amenazas como la débil cultura de impacto empresarial e innovación, fortaleciendo el desarrollo competitivo del sector empresarial en el Huila con enfoque regional, social y sostenible.	Gestionar las acciones que aporten al mejoramiento competitivo de la región y el desarrollo del sector empresarial
9	Esta estrategia busca fortalecer internamente el cumplimiento de la promesa de valor de la Cámara y proyectar coherentemente su identidad institucional. Se apalanca en el liderazgo gremial reconocido (F1), el talento humano de alto desempeño (F7) y la capacidad de ofrecer servicios que mejoran la experiencia del usuario (F13). A su vez, reconoce como debilidades el escaso seguimiento a la fidelización de clientes (D4), la débil visibilización de los logros (D3), y las limitaciones para medir resultados y aprovechar conexiones internacionales (D7, D10). Estas debilidades dificultan consolidar una cultura organizacional sólida y orientada al servicio. Finalmente, se aprovechan oportunidades como el diseño de servicios a la medida (A3), el enfoque en sostenibilidad (A6) y la simplificación de trámites (A8), que son claves para construir una cultura organizacional alineada con las necesidades actuales de los empresarios.	Cumplir la promesa de servicio de la entidad y fortalecer la cultura organizacional
10	Esta estrategia se sustenta en capacidades internas como el buen uso de la información (F4), la cultura de innovación (F6), el equipo humano competente (F7) y los servicios que mejoran la experiencia del usuario (F13). También	Mejorar la eficiencia en los procesos de la institución a partir de la transformación digital

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Nº	Estrategia DOFA (con explicación)	Estrategia del Plan Estratégico
	reconoce limitaciones internas en tecnología (D1) e infraestructura digital (D8) que dificultan la eficiencia operativa. Aprovecha oportunidades clave como la ampliación de servicios digitales (A2), la adopción de inteligencia artificial (A13), y la simplificación de trámites (A8) para avanzar en procesos de automatización y transformación institucional. Además, al integrar metodologías de medición de impacto (A15) y alianzas estratégicas (A10), se busca una gestión más efectiva de los procesos institucionales, tanto en lo operativo como en lo estratégico.	
11	Esta estrategia se apalanca en la reputación institucional (F1), la capacidad de articulación territorial (F3) y el impacto social de sus programas (F14), pero responde a una debilidad crítica: la baja promoción de los logros institucionales y la desconexión con afiliados (D3, D4). En ese sentido, se identifican oportunidades como el fortalecimiento de la RSE (A6), la presencia internacional (A14, A10), la diversificación de servicios (A3, A7), y el desarrollo de nuevas alianzas que generen impacto (A5, A9, A4). La percepción positiva también se alimenta del uso de metodologías de medición de impacto (O15), que permitirán comunicar mejor los resultados a los grupos de interés. Así, la estrategia busca consolidar la imagen de la Cámara como una entidad cercana, efectiva y moderna, generando mayor confianza en su labor empresarial y gremial.	Fortalecer la percepción positiva de la entidad
12	Esta estrategia se construye sobre fortalezas clave como la capacidad técnica y administrativa en la gestión de recursos (F5, F16), y una red sólida de aliados que amplían las fuentes posibles de financiación (F15). Sin embargo, se reconocen debilidades institucionales como la dependencia de los ingresos registrales (D6) y la falta de un banco de proyectos estructurados (D11), que limitan la acción proactiva en convocatorias. Aprovechando oportunidades como el acceso a fondos nacionales e internacionales (O5, O18), la necesidad de diversificar ingresos (O7), y la posibilidad de articular estos esfuerzos con programas de RSE, esta estrategia busca asegurar sostenibilidad financiera y alineación presupuestal con el cumplimiento de los objetivos estratégicos.	Disponer, gestionar y racionalizar los recursos financieros para el cumplimiento de los objetivos estratégicos
13	La estrategia se basa en el sólido liderazgo institucional de la Cámara (F1), así como su capacidad de articulación y su experiencia generando conexiones gremiales y sociales (F3, F11, F14). A pesar de tener debilidades relacionadas con el seguimiento a afiliados (D4) y baja visibilidad institucional (D3), se identifican oportunidades para fortalecer la base gremial a través de iniciativas de valor compartido (O4, O6), alianzas internacionales (O10, O14), participación en proyectos estratégicos (O17), y el posicionamiento de la Cámara como referente en sostenibilidad y responsabilidad empresarial. La combinación de estas variables orienta acciones para consolidar el sentido de pertenencia y aumentar la representatividad gremial en sectores clave del departamento.	Fortalecer la base gremial
14	Esta estrategia parte del reconocimiento de debilidades internas relacionadas con limitaciones tecnológicas (D1), dificultades en la medición de impacto (D7) y bajo seguimiento a clientes (D4), lo que afecta la eficiencia y calidad en los procesos institucionales. Aprovecha oportunidades vinculadas a la digitalización de servicios (O2), el uso de inteligencia artificial (O13) y la implementación de metodologías de medición de impacto (O15). Asimismo, responde a la amenaza crítica de perder la confianza de empresarios e instituciones (A14) si no se logra garantizar un servicio oportuno y de calidad. La estrategia, entonces, se orienta a cerrar brechas tecnológicas y	Garantizar los procesos institucionales con oportunidad y calidad

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Nº	Estrategia DOFA (con explicación)	Estrategia del Plan Estratégico
	metodológicas para cumplir con altos estándares de servicio y reforzar la credibilidad institucional.	
15	La Cámara de Comercio cuenta con experiencia en programas de impacto social (F14) y con una red de aliados que pueden apalancar proyectos innovadores y sostenibles (F15). La estrategia responde a la necesidad de diversificar fuentes de ingresos (D6) a través de líneas asociadas a sostenibilidad y responsabilidad ambiental. Aprovecha las oportunidades del fortalecimiento de la sostenibilidad (O6), el desarrollo de ecoemprendimientos (O11) y la transformación productiva con enfoque ambiental (O16). Además, enfrenta amenazas como el cambio climático (A5), que incide directamente en sectores productivos regionales, y la posibilidad de perder legitimidad si no se lideran acciones concretas frente a este reto (A14). La estrategia busca, por tanto, posicionar a la entidad como un referente en responsabilidad ambiental, con impacto real en el territorio.	Ser una entidad ambientalmente responsable
16	La Cámara de Comercio cuenta con un posicionamiento institucional fuerte (F1, F2) y una amplia capacidad de articulación (F3) que puede usarse para reforzar campañas de sensibilización, acompañamiento y valor agregado en torno a la formalización. El uso de la información registral (F4) permite segmentar acciones más efectivas. Se busca resolver debilidades como la baja difusión de servicios (D3), el escaso seguimiento a afiliados (D4) y la dependencia de los registros (D6), proponiendo servicios más pertinentes (O3), mejoras en el entorno empresarial (O9) y esquemas de fidelización y acompañamiento. A su vez, se responde a amenazas como los riesgos normativos (A1) y la falta de incentivos a la formalización (A15), buscando aumentar el valor percibido del registro y fortaleciendo el vínculo con los empresarios formales.	Incrementar el número de matriculados y/o renovados del registro mercantil
17	La Cámara tiene una base sólida en gestión de datos (F4) y en servicios orientados a mejorar la experiencia del usuario (F13), lo cual le da una ventaja comparativa para simplificar trámites. Esta estrategia permite enfrentar debilidades internas como la baja capacidad tecnológica (D1, D8), la falta de herramientas financieras (D5), y aprovechar oportunidades como la digitalización de servicios (O2), la automatización e inteligencia artificial (O13) y la simplificación como tendencia institucional (O8). Además, busca anticiparse a amenazas como la competencia digital (A11) y la pérdida de confianza (A14) al facilitar procesos más ágiles, reduciendo tiempos y costos, y fortaleciendo la relación con los empresarios.	Simplificación de trámites
18	El liderazgo institucional (F1), sumado a la capacidad instalada para resolver conflictos (F13), la innovación en servicios (F6) y la red de aliados (F15), permite que la Cámara posicione aún más sus Centros de Conciliación y Arbitraje como herramientas eficaces y confiables. Esta estrategia busca superar la limitada difusión de estos servicios (D3), diseñando soluciones a la medida de las necesidades del empresariado (O3) y diversificando ingresos (O7). Además, responde a la creciente competencia en servicios similares (A10) y a la necesidad de mantener la confianza del sector empresarial e institucional (A14), mediante un enfoque más visible, pertinente y accesible de estos mecanismos alternativos de solución de conflictos.	Aumentar el número de usuarios de los servicios ofrecidos por los Centros de Conciliación y Arbitraje
19	La ejecución de programas con impacto social (F14), junto con la capacidad de gestión de proyectos complejos (F16) y la articulación con aliados estratégicos (F15), permiten que la Cámara de Comercio del Huila fortalezca su rol en la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Esta estrategia responde al reto de diversificar ingresos más allá de los servicios	Gestionar, ejecutar y apoyar programas de RSE que aporten al cumplimiento de los ODS



## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

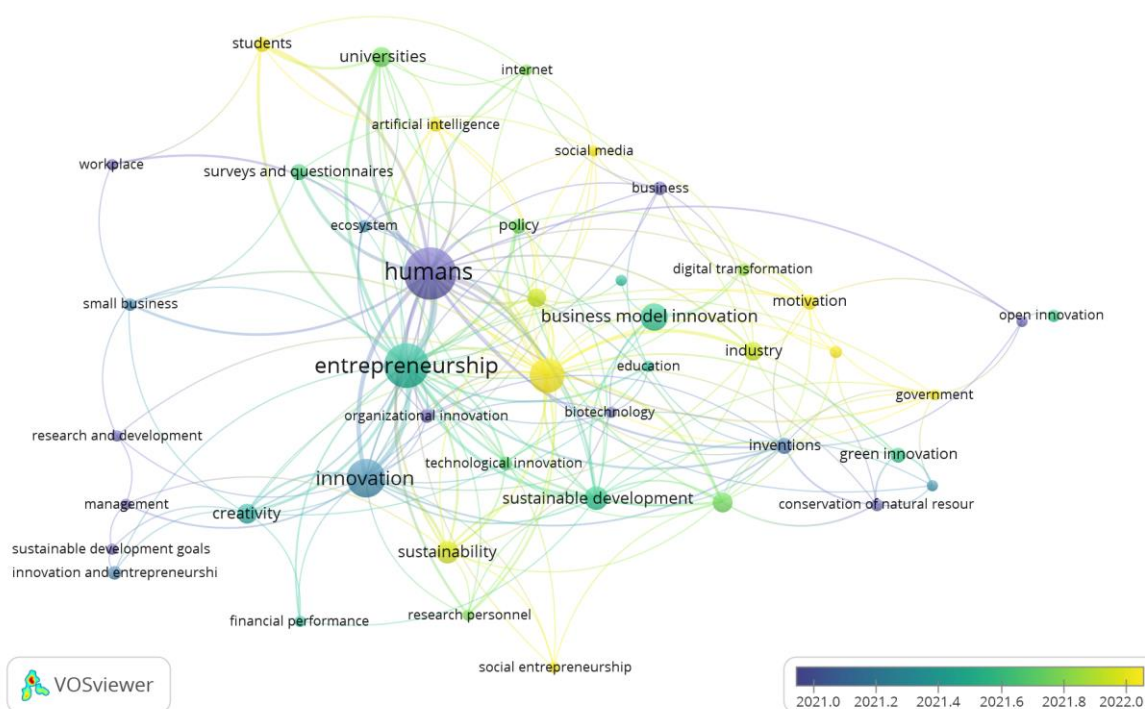
Nº	Estrategia DOFA (con explicación)	Estrategia del Plan Estratégico
	registrales (D6), aprovechando la existencia de convocatorias de financiación (O5), el interés creciente por la sostenibilidad (O6) y la posibilidad de generar soluciones innovadoras como los ecoemprendimientos (O11). Así mismo, estos programas pueden tener un efecto positivo en la formalización empresarial, que hoy encuentra escasos incentivos (A15), consolidando la contribución de la entidad al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.	

Fuente: elaboración propia.

## 2. Tendencias mundiales y oportunidades de innovación relacionadas a las Cámaras de Comercio

De acuerdo a la revisión académica y tecnológica realizada, a partir de artículos científicos y patentes relacionadas a las cámaras de comercio, a la gestión, el fortalecimiento empresarial, la innovación, los emprendimientos, los negocios, empresas, compañías, consultorías, asesorías, la formación, los clientes y usuarios, se identificaron procesos y tecnologías que presentan una tendencia creciente durante los últimos años, y los cuales se relacionan principalmente a la digitalización, la internacionalización, la sostenibilidad, la innovación y la formación.

*Ilustración 1. Clúster general de los resultados de la revisión académica y tecnológica realizada*

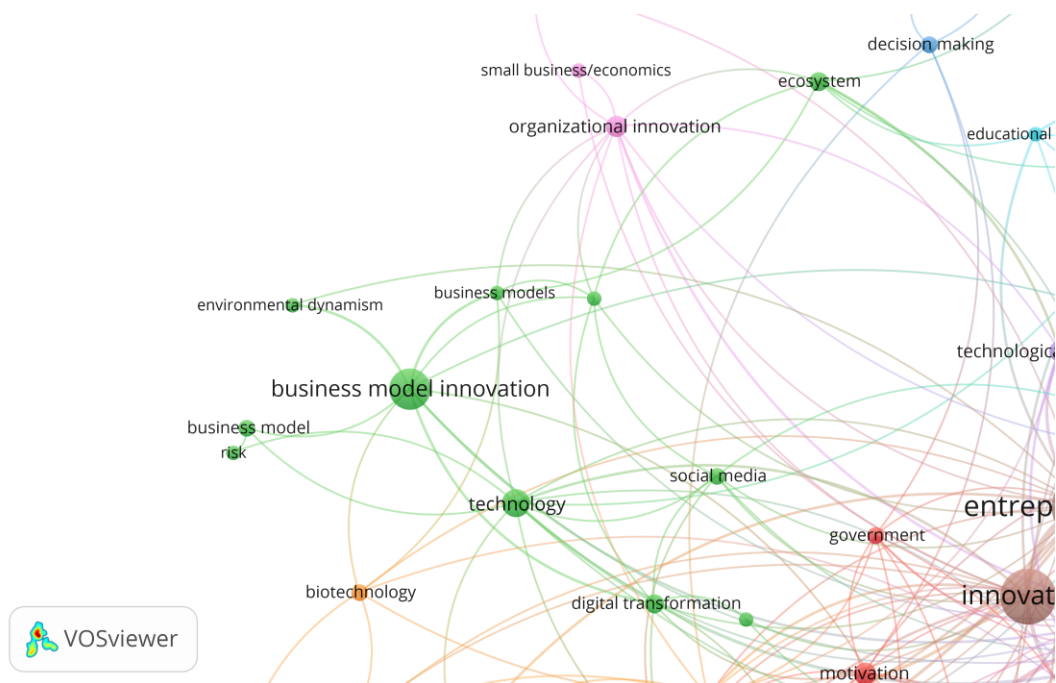


Fuente: elaboración propia, utilizando la herramienta de software VOSviewer.

En cuanto a la revisión académica, las investigaciones relacionadas a las cámaras de comercio y su actividad hacia el sector empresarial desde los años 80, se han concentrado en el comercio internacional, marketing, sistemas de bases de datos, desarrollo económico, política pública, inversión, gestión de proyectos, competitividad y toma de decisiones. Pero durante los últimos 5 años las temáticas que direccionan los estudios académicos se relacionan directamente a la inteligencia artificial, la transformación digital, la automatización, el comercio electrónico, la ciberseguridad y privacidad de datos, las prácticas empresariales sostenibles, las habilidades humanas, la adaptabilidad y aprendizaje continuo y a la personalización y experiencia del cliente.

A partir de la revisión académica se identificaron 8 clúster temáticos los cuales se relacionan a continuación:

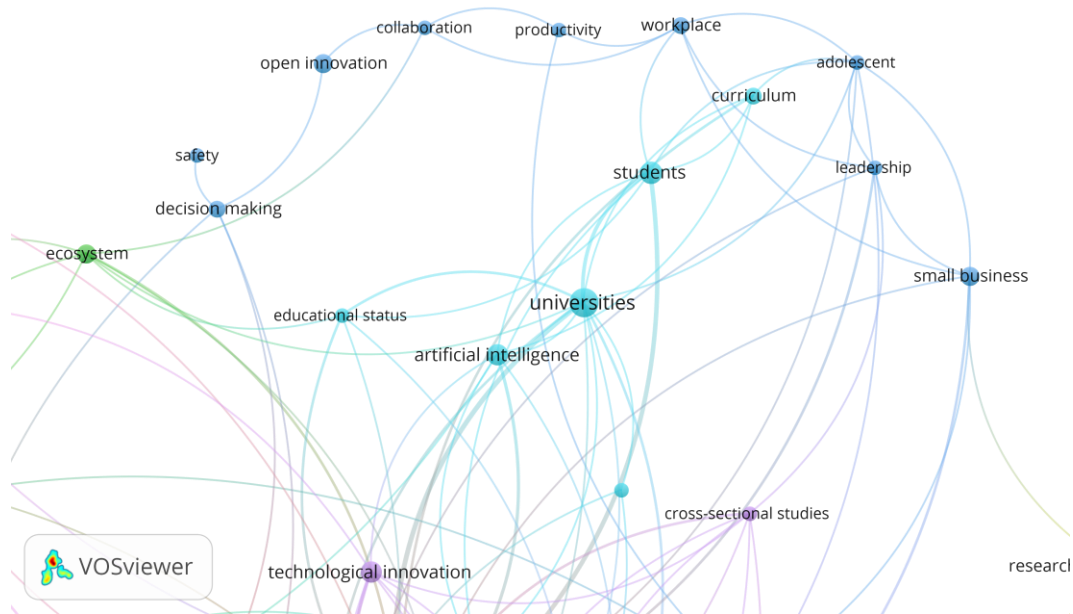
*Ilustración 3. Clúster 2: innovación en modelos de negocio basados en innovación disruptiva, tecnología, transformación digital, biotecnología, social media y negocios internacionales*



51

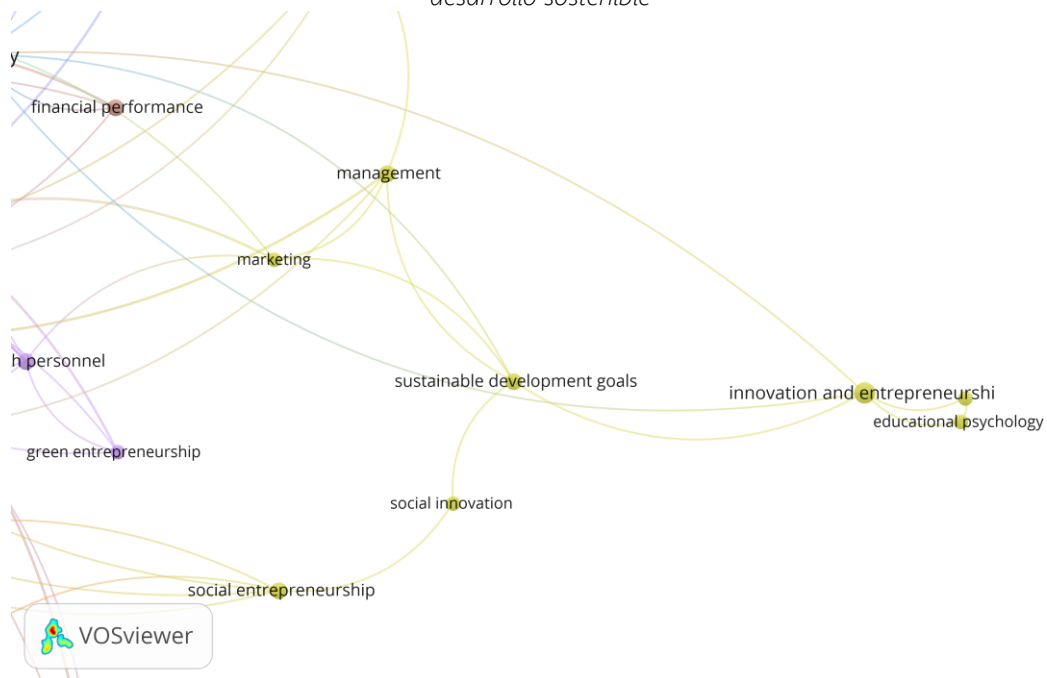
## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

*Ilustración 4. Clúster 3: Pequeños negocios de jóvenes emprendedores lideres enfocados en el trabajo colaborativo, innovación abierta y flexibilidad laboral*



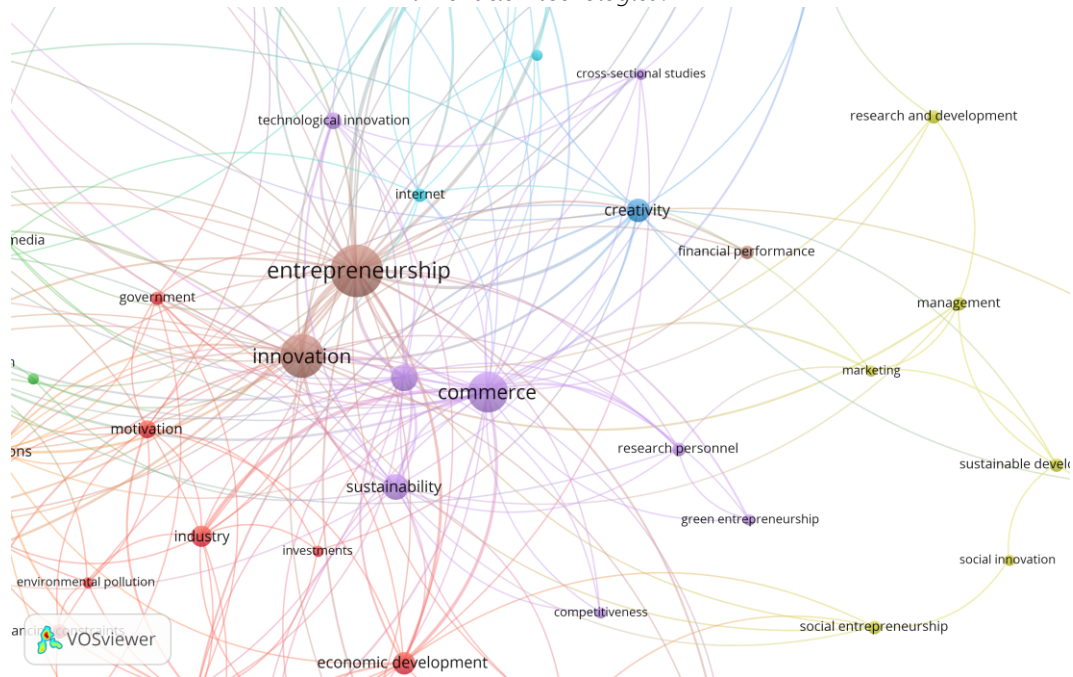
Fuente: elaboración propia, utilizando la herramienta de software VOSviewer.

*Ilustración 5. Clúster 4: Gestión del emprendimiento y la innovación social orientado a los objetivos de desarrollo sostenible*



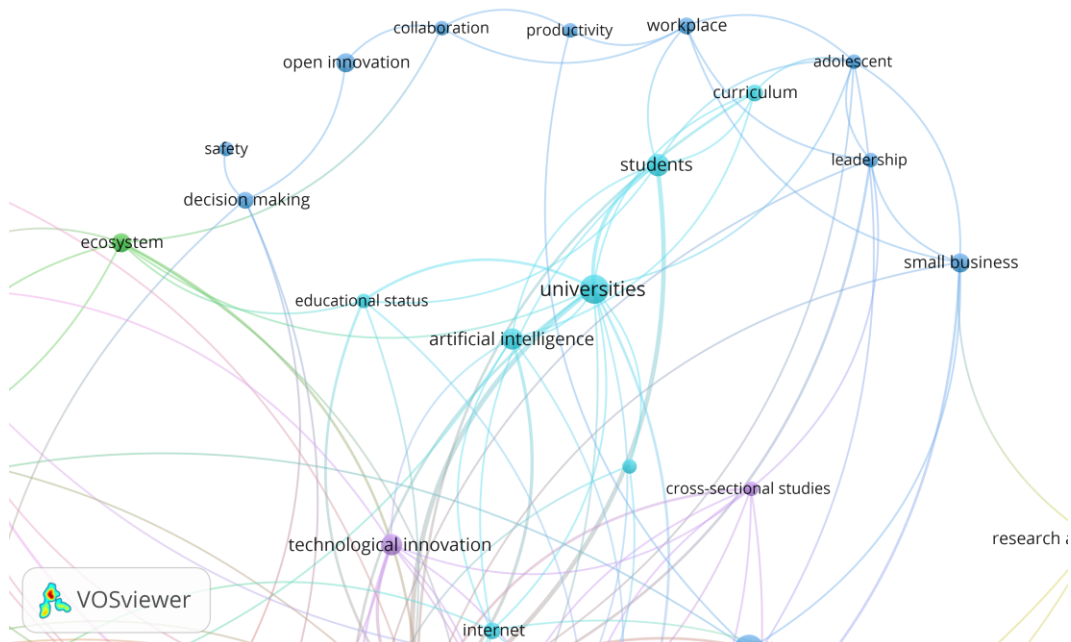
Fuente: elaboración propia, utilizando la herramienta de software VOSviewer.

Ilustración 6. Clúster 5: comercio competitivo basado en emprendimientos verdes, desarrollo sostenible e innovación tecnológica.



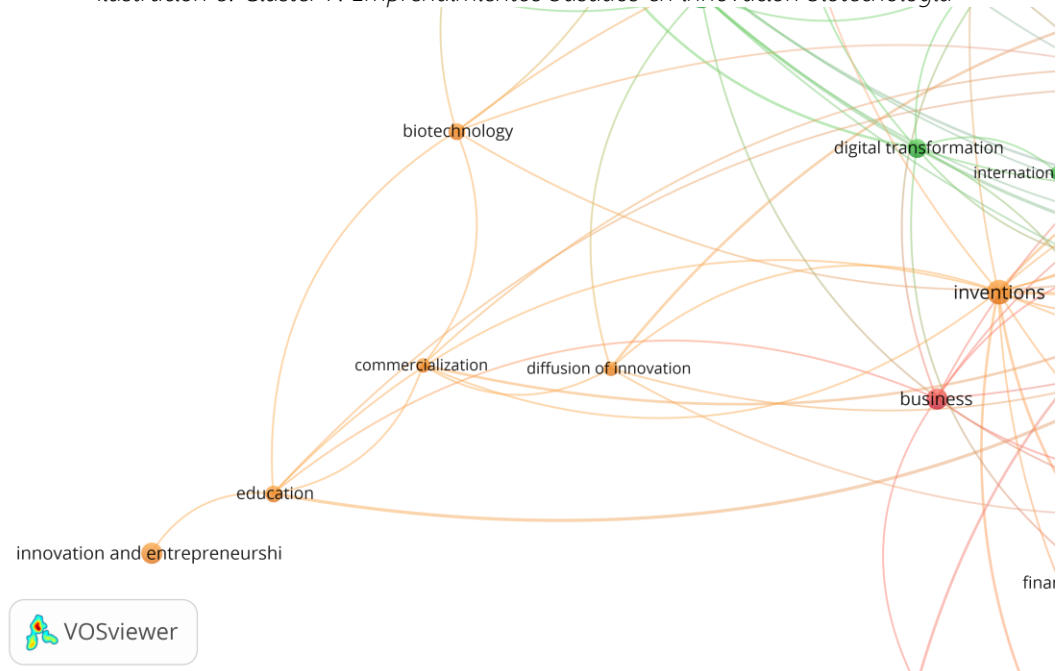
Fuente: elaboración propia, utilizando la herramienta de software VOSviewer.

Ilustración 7. Clúster 6: educación emprendedora a estudiantes universitarios basado en inteligencia artificial e innovación tecnológica



Fuente: elaboración propia, utilizando la herramienta de software VOSviewer.

Ilustración 8. Clúster 7: Emprendimientos basados en innovación biotecnología



Fuente: elaboración propia, utilizando la herramienta de software VOSviewer.

Ilustración 9. Clúster 8: Innovación organizacional en pequeños negocios



Fuente: elaboración propia, utilizando la herramienta de software VOSviewer.

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Como complemento a la revisión tecnológica y académica de manera general, se realizó la revisión de tendencias de manera detallada para las diferentes áreas y servicios que tiene la Cámara de Comercio del Huila.

*Tabla 19. Tendencias identificadas por área para la Cámara de Comercio del Huila*

Área	Tendencia
Emprendimiento y empresarismo	Inteligencia artificial Automatización de los procesos en empresas pequeñas Emprendimiento social Economía colaborativa Trabajo remoto y nómada digital Realidad aumentada en experiencias del cliente Ecoemprendimientos sostenibles Criptomonedas Globalización y acceso a mercados internacionales Desarrollo de mentalidad emprendedora y habilidades blandas
Formación	e-learning Aprendizaje adaptativo y personalizado Gamificación Habilidades blandas Metodologías a distancia e híbridas Inteligencia Artificial Educación Basada en Competencias Colaboración Internacional y Redes de Aprendizaje Técnicas de Evaluación en Línea Microaprendizaje
Comunicaciones	Comunicación empresarial auténtica y transparente Inteligencia Artificial Automatización de interacciones Contenido interactivo y experiencial Enfoque multicanal y omnicanal Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa Reputación corporativa
Jurídica	Entorno digital y virtual Propiedad intelectual Conflictos societarios Inteligencia Artificial para análisis de documentos Mecanismos alternativos de resolución de conflictos
Fortalecimiento empresarial	Personalización y Experiencia del Cliente Sostenibilidad y Responsabilidad Social Automatización e Inteligencia Artificial Ecosistema digital colaborativo Productividad operacional Innovación Estrategia empresarial Internacionalización
Talento humano	Bienestar personalizado Cultura impulsada por el propósito

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Área	Tendencia
	Automatización de flujos de trabajo Desarrollo de habilidades Aprendizaje Continuo Flexibilidad People Analytics para toma de decisiones Control del agotamiento laboral
Usuarios	Experiencia de cliente Transformación digital acelerada Omnicanalidad Nuevos métodos de pago Autoservicio Accesibilidad física y virtual Autenticidad en el branding Fácil acceso a la información Privacidad de datos Personalización Experiencias inmersivas Análisis predictivo
Propiedad intelectual e industrial	Inteligencia artificial Computación cuántica Colaboración Transferencia de tecnología Protección de marcas en línea
Innovación	Inteligencia artificial Servicio en la nube ecológico Ciberseguridad soluciones tecnológicas sin usar código Economía creativa Metaverso Sostenibilidad Impacto centrado en el cliente Intraemprendimiento Crowdsourcing de Ideas Plataformas de Innovación Abierta Conectividad 6G Economía circular

Fuente: elaboración propia.



### **3. Variables estratégicas, escenario de futuro y juego de actores**

#### **3.1. Propósito superior**

El propósito superior de la Cámara de Comercio del Huila para el periodo 2025-2028 refleja su compromiso con el desarrollo integral del ecosistema empresarial y organizacional de la región. Como aliado estratégico, la Cámara busca promover el crecimiento y la sostenibilidad de empresarios y organizaciones, garantizando un entorno competitivo que fomente la innovación, la colaboración y la prosperidad. Este propósito guía las acciones y proyectos institucionales, asegurando que cada iniciativa esté alineada con las necesidades y expectativas del sector productivo y contribuyendo al desarrollo económico y social del Huila:

**“Ser el aliado estratégico de empresarios y organizaciones, facilitando su crecimiento y sostenibilidad, en un entorno competitivo favorable gestionado con la institucionalidad”.**

En coherencia, el siguiente glosario tiene como objetivo proporcionar una comprensión clara y precisa de los términos que componen el propósito superior de la Cámara de Comercio del Huila. Cada término ha sido cuidadosamente definido para resaltar su relevancia en el contexto de la estrategia institucional, permitiendo que los lectores, empresarios y otros grupos de interés, puedan entender el enfoque y alcance de los compromisos asumidos por la Cámara. Este recurso también sirve como una herramienta de referencia que facilita la apropiación y aplicación de los conceptos en los programas y proyectos que se desarrollen durante el periodo estratégico 2025-2028:

**Aliado estratégico:** La Cámara de Comercio del Huila es el socio clave y confiable para aportar valor y soluciones reales a empresarios y organizaciones, a través de acompañamiento, colaboración, apoyo mutuo, generación de oportunidades, defensa de sus intereses, gestión y respaldo, para alcanzar metas comunes y generar un impacto positivo.

**Empresarios:** Personas naturales o jurídicas que desarrollan actividades económicas con fines de lucro, contribuyendo al desarrollo productivo y a la generación de empleo en la región.

**Organizaciones:** Entidades públicas, privadas, académicas o sociales, sin fines de lucro, que trabajan en distintos sectores económicos y sociales con objetivos específicos, y que son parte del ecosistema empresarial y productivo.

**Facilitando:** Acción de articular, simplificar, promover y generar condiciones favorables para que empresarios y organizaciones puedan desarrollar sus actividades de manera más eficiente.

**Crecimiento:** Proceso de expansión y desarrollo que implica el aumento en la capacidad productiva, comercial, tecnológica y/o económica de las empresas y organizaciones.

**Sostenibilidad:** Capacidad de mantener un equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social, garantizando un desarrollo sostenible a largo plazo.

**Entorno competitivo:** Contexto generador de condiciones habilitantes, caracterizado por la interacción dinámica entre actores del mercado, que pueden impulsar la mejora continua y la eficiencia, en un ecosistema innovador.

**Favorable:** Condiciones positivas y propicias que promueven el desarrollo de empresarios y organizaciones, asegurando su éxito y competitividad.

**Gestionado:** Acción de liderar, coordinar y supervisar actividades, procesos y recursos para alcanzar objetivos estratégicos de manera eficiente y efectiva.

**Institucionalidad:** Conjunto de entidades, normas, estructuras y procedimientos que garantizan el funcionamiento organizado y confiable del estado nación y que tienen como objetivo servir al bien común, promoviendo el desarrollo empresarial y regional.

### **3.2. Variables estratégicas**

Para la definición de las variables estratégicas se identificaron los elementos que definen el comportamiento actual y potencial de la Cámara de Comercio del Huila y que pueden influir en su productividad y competitividad; estos elementos se denominan factores de cambio. Es así como para la identificación de los factores de cambio se realizaron jornadas de trabajo con los diferentes grupos de interés de la CCH en los municipios de Neiva, Pitalito, Garzón y La Plata para identificar sus necesidades y deseos; y, adicional a estas, se realizaron jornadas con cada uno de los departamentos de la CCH, en donde se llevó a cabo una sesión de lluvia de ideas, para generar propuestas que permitieran mejorar los servicios y la competitividad de la Cámara. Los resultados de las ideas planteadas fueron agrupados en factores de cambio y se relacionan a continuación:

- Acceso a financiación para empresarios y emprendedores.
- Aceleración de empresas.
- Activos productivos.
- Articulación de emprendedores con universidades.
- Asesorías personalizadas en fortalecimiento empresarial.
- Asociatividad.
- Atracción de inversión.

- Bolsa de empleo.
- Cadenas de suministro.
- Clima organizacional.
- Competencias laborales para las empresas.
- Competitividad regional.
- Conexiones de valor.
- Desarrollo de las cadenas de valor.
- Diversificación de ingresos.
- Eficiencia productiva empresarial.
- Eventos artísticos, culturales, tecnológicos, corporativos y académicos.
- Experiencia de usuario.
- Fidelización de afiliados.
- Formación de alto nivel.
- Formación práctica.
- Formación virtual.
- Formalización empresarial.
- Fortalecer el centro de conciliación.
- Fortalecimiento al emprendedor.
- Fortalecimiento de los sectores productivos.
- Generación de conocimiento.
- Gestión de clientes.
- Gestión de proyectos.
- Gestión de talento humano.
- Innovación empresarial.
- Internacionalización.
- Ocupación de la infraestructura física.
- Política pública para el entorno competitivo.
- Propiedad industrial y registros de marca.
- Reputación corporativa.
- Responsabilidad social empresarial.
- Seguimiento y control a los planes de desarrollo territoriales.
- Seguridad.
- Sostenibilidad empresarial.
- Transformación digital empresarial.
- Visibilización empresarial.

Es fundamental en la identificación de las necesidades empresariales, priorizar los factores de cambio que afectan directamente la competitividad de la Cámara de Comercio del Huila y que apuntan directamente al cumplimiento del propósito superior. No todos los “factores de cambio” identificados son muy importantes, sino unos pocos que llamaremos “variables estratégicas”. Es por esta razón que se implementó la herramienta Abaco de Regnier para priorizar los factores de cambio y así identificar los de mayor conveniencia para la CCH, como se presentan a continuación, organizados por objetivo (eje) estratégico:

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Tabla 20. Variables estratégicas identificadas por eje estratégico para la Cámara de Comercio del Huila

Objetivo (eje) estratégico	Variable estratégica priorizada
Impulsar el fortalecimiento y la sostenibilidad empresarial	Ruta de emprendimiento
	Aceleración de empresas
	Conexiones de valor (ruedas, eventos, misiones comerciales)
	Acceso a financiación para empresarios y emprendedores
	Asesorías personalizadas en fortalecimiento empresarial
	Transformación digital empresarial
	Innovación empresarial y PI
	Internacionalización
	Atracción de inversión
	Eficiencia productiva empresarial
	Desarrollo de las cadenas de valor (sectores productivos y económicos)
	Economía popular y comunitaria
	Asociatividad
	Gestión de proyectos
	Formación
Garantizar la sostenibilidad institucional	Sostenibilidad empresarial (ambiental y social)
	Mejoramiento del entorno competitivo (incluir generación de conocimiento, gestión en facilitación de tramites, veedurías, seguridad)
	Experiencia de usuario
	Cultura organizacional (cumplimiento normativo, usabilidad de herramientas, innovación, planeación, comunicación interna)
	Transformación digital
	Reputación corporativa (comunicación estratégica)
	Generación de ingresos
	Fidelización de afiliados
	Optimización de procesos (administrativos, registrales)
Administrar con oportunidad y calidad los servicios registrales	Responsabilidad ambiental
	Infraestructura física
Promover la responsabilidad social corporativa	Formalización empresarial
	Simplificación de tramites
	Fortalecer los servicios de resolución de conflictos
	Inclusión social

Fuente: elaboración propia.

A partir de las variables estratégicas se definieron las siguientes estrategias:

Tabla 21. Estrategias definidas para la Cámara de Comercio del Huila

Variable estratégica	Estrategia
Ruta de emprendimiento	Potenciar la sostenibilidad y el crecimiento sectorial y empresarial
Aceleración de empresas	
Asesorías personalizadas en fortalecimiento empresarial	
Eficiencia productiva empresarial	
Economía popular y comunitaria	
Conexiones de valor (ruedas, eventos, misiones comerciales)	
Acceso a financiación para empresarios y emprendedores	
Desarrollo de las cadenas de valor (sectores estratégicos, económicos y comerciales)	

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Variable estratégica	Estrategia
Asociatividad	
Gestión de proyectos	
Transformación digital empresarial	Mejorar la capacidad de las empresas para que sean más eficientes y competitivas en el entorno digital
Innovación empresarial y PI	Fomentar la innovación, la propiedad industrial y el registro de marcas en los empresarios
Internacionalización	Potenciar el intercambio comercial de las empresas con el mundo
Atracción de inversión	Atraer capital externo para impulsar el desarrollo económico, la generación de empleo y la transferencia tecnológica en el departamento
Formación	Fortalecer los conocimientos, habilidades y actitudes del capital humano
Sostenibilidad empresarial (ambiental y social)	Aumentar la adopción de buenas prácticas empresariales en empresas de la región.
Mejoramiento del entorno competitivo (incluir generación de conocimiento, gestión en facilitación de trámites, veedurías, seguridad)	Gestionar las acciones que aporten al mejoramiento competitivo de la región y el desarrollo del sector empresarial
Experiencia de usuario	Cumplir la promesa de servicio de la entidad y fortalecer la cultura organizacional
Cultura organizacional (cumplimiento normativo, usabilidad de herramientas, innovación, planeación, comunicación interna)	
Transformación digital	Mejorar la eficiencia en los procesos de la institución a partir de la transformación digital
Reputación corporativa	Fortalecer la percepción positiva de la entidad
Generación de ingresos	Disponer, gestionar y racionalizar los recursos financieros para el cumplimiento de los objetivos estratégicos
Fidelización de afiliados	Mantener y aumentar el número de Afiliados
Optimización de procesos	Garantizar los procesos institucionales con oportunidad y calidad
Responsabilidad ambiental	Ser una entidad ambientalmente responsable
Infraestructura física	Disponer de espacios físicos adecuados para la prestación de los servicios
Formalización empresarial	Incrementar el número de matriculados/inscritos y renovados de cada uno de los registros públicos administrados por la CCH
Simplificación de trámites	Incrementar el número de matriculados en la CCH
Fortalecer los servicios de resolución de conflictos	Aumentar el número de usuarios de los servicios ofrecidos por los Centros de Conciliación y Arbitraje
Inclusión social	Gestionar, ejecutar y apoyar programas de RSE que aporten al cumplimiento de los ODS

Fuente: elaboración propia.

Previamente, consolidando las estrategias y las variables estratégicas, se definieron los siguientes **objetivos (ejes) estratégicos**, que son los fines desarrollados a nivel estratégico y que la organización pretende lograr para cumplir el Propósito Superior:

- Impulsar el fortalecimiento y la sostenibilidad empresarial.
- Garantizar la sostenibilidad institucional.
- Administrar con oportunidad y calidad los servicios registrales.
- Promover la responsabilidad social corporativa.

### 3.3. Escenario de futuro

En el año 2028, la Cámara de Comercio del Huila ha evolucionado significativamente, posicionándose como un pilar del desarrollo empresarial y social de la región. Desde que se diseñó el plan estratégico en 2024, la Cámara ha trabajado incansablemente para fortalecer el ecosistema empresarial, logrando que las empresas locales no solo sobrevivan, sino que prosperen en un entorno altamente competitivo. Las políticas de sostenibilidad y la adopción masiva de tecnologías digitales han permitido que las empresas optimicen sus operaciones y expandan su presencia a mercados globales, impulsando la eficiencia operativa y su capacidad competitiva.

El Huila se ha consolidado como un referente de innovación y propiedad industrial. Gracias al apoyo de la Cámara, los empresarios locales han registrado sus marcas e innovaciones, así como participado en escenarios para la generación de conexiones de valor, logrando acceder y posicionarse en los mercados locales, nacionales e internacionales. Los productos y servicios de la región han ganado visibilidad en mercados clave, impulsados por una estrategia de internacionalización que ha permitido a empresas de sectores agrícolas y tecnológicos forjar alianzas estratégicas globales.

La atracción de inversión extranjera ha sido otro de los logros más significativos. Proyectos en energías renovables, tecnología y agroindustria han transformado la economía local, generando miles de empleos y elevando la calidad del capital humano en el Huila. Los programas de formación implementados han permitido que nuestros grupos de interés adquieran las habilidades técnicas y blandas necesarias para afrontar los desafíos de un mercado cada vez más globalizado y digitalizado.

A nivel institucional, la Cámara ha alcanzado una sostenibilidad financiera sólida, con un aumento en los ingresos privados que le ha dado mayor independencia y capacidad para ejecutar sus estrategias. La promesa de servicio y la transformación digital han consolidado la confianza de los empresarios, quienes ven en la Cámara una entidad ágil y eficiente. Además, los procesos registrales se han optimizado, lo que ha permitido formalizar un gran número de negocios y aumentar la tasa de renovación de matrículas.

La Cámara también ha asumido un papel clave en la responsabilidad social corporativa, liderando iniciativas que impactan positivamente en el desarrollo social y económico de la región, fortaleciendo la paz social y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

### 3.4. Juegos de actores

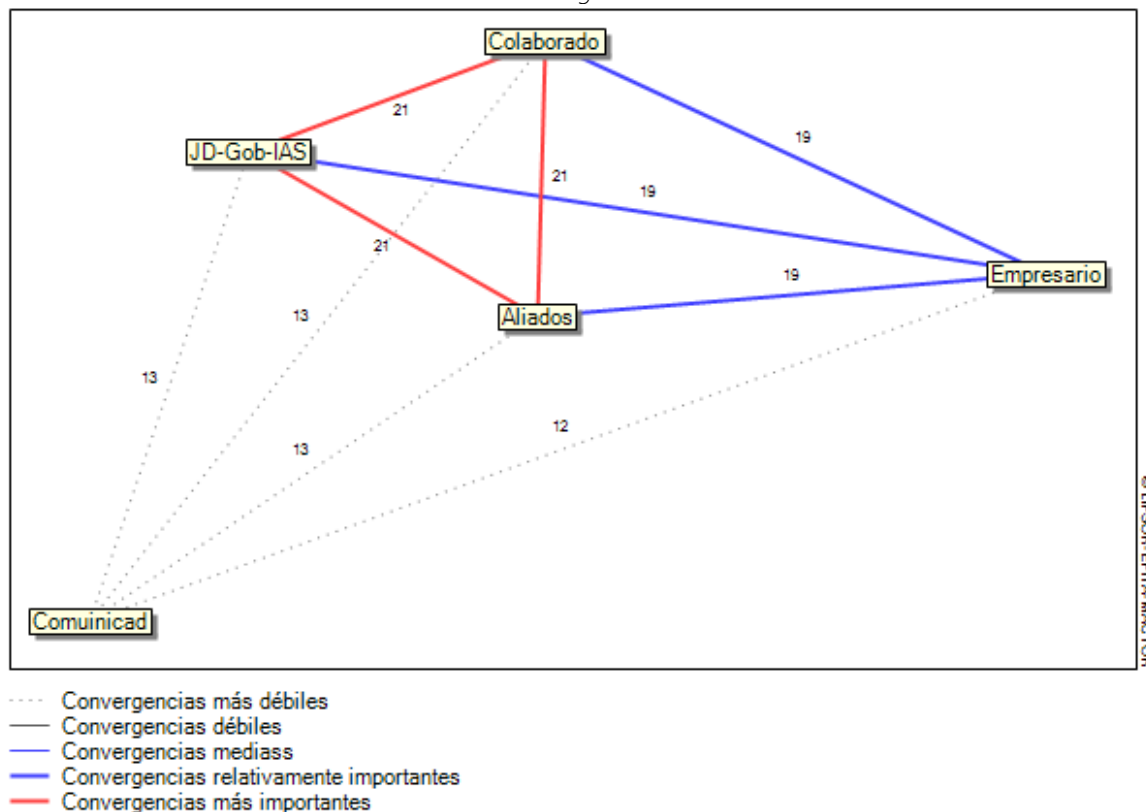
La prospectiva estratégica busca interpretar la realidad del entorno y por eso necesita reconocer los grupos humanos o “actores sociales” que están ocultos detrás de los fenómenos estudiados. Por esta razón, es necesario estudiar el comportamiento que tienen las variables estratégicas, sobre los actores sociales que se encuentran involucrados en los procesos de la CCH para

comprender si los beneficia o los afecta y, de esta manera, diseñar estrategias que permitan alcanzar los objetivos planteados teniendo en cuenta efectos generados sobre los actores involucrados, entre los cuales se identificaron los siguientes grupos:

- **Empresarios:** Informales, Comerciantes y Empresarios, Entidades sin Ánimo de Lucro, Prestadores de Servicios Turísticos, Afiliados, Usuarios de la entidad, Emprendedores, Proponentes.
- **JD-Gob-IAS:** Junta Directiva CCH, Organismo Control y Vigilancia, Gobierno.
- **Aliados:** Confecámaras, Comunidad, Gremios, Grupos Asociativos, Academia, Sociedad Civil, Entidades Privadas (Entidades financieras, Cajas de Compensación, entre otras), Inversionistas, Proveedores y contratistas, Empleados (Colaboradores), Operadores del Centro de Conciliación, Entidades Territoriales, Fuerzas Militares Policía y Defensa Civil.
- **Colaboradores:** Proveedores y contratistas, Empleados, Operadores del Centro de Conciliación.
- **Comunicadores:** Líderes de Opinión (Columnistas), Medios De Comunicación.

A partir de su análisis, se identifica que las convergencias más fuertes se generan entre Colaboradores, Aliados y JD-Gob-IAS, lo que quiere decir que convergen en los mismos intereses relacionados con las estrategias de la CCH.

Ilustración 10. Convergencia entre actores

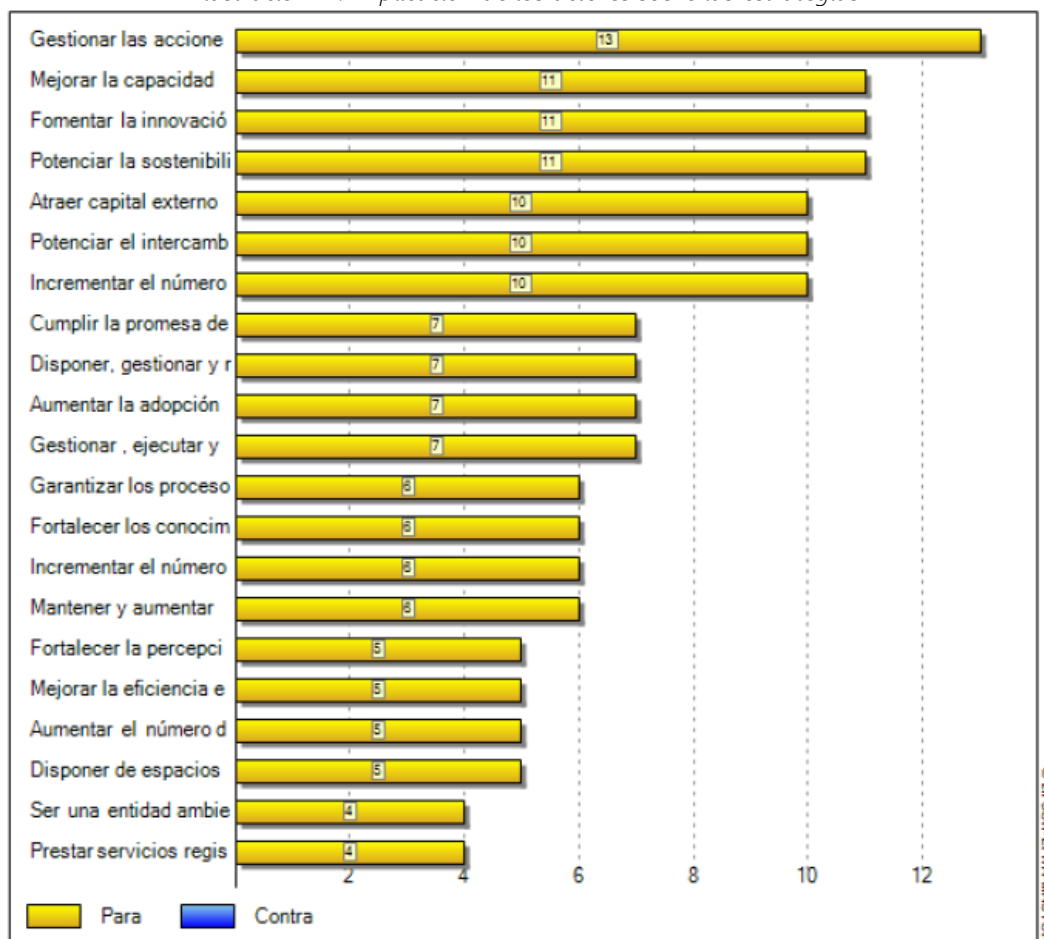


Fuente: elaboración propia, utilizando la herramienta de software MACTOR.

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

En la Ilustración 11, se observa la implicación de los actores sobre las estrategias, permitiendo identificar cuáles son aquellas estrategias que generan un mayor impacto positivo en los actores, por lo cual son las estrategias que tendrán mayor aceptación y por ende mayor apoyo para su ejecución. Tal como se relacionan a continuación:

Ilustración 11. Implicación de los actores sobre las estrategias



Fuente: elaboración propia, utilizando la herramienta de software MACTOR.

1. Gestionar las acciones que aporten al mejoramiento competitivo de la región y el desarrollo del sector empresarial.
2. Mejorar la capacidad de las empresas para que sean más eficientes y competitivas en el entorno digital.
3. Fomentar la innovación, la propiedad industrial y el registro de marcas en los empresarios.
4. Potenciar la sostenibilidad y el crecimiento sectorial y empresarial.
5. Atraer capital externo para impulsar el desarrollo económico, la generación de empleos y la transferencia tecnológica en el departamento.
6. Potenciar el intercambio comercial de las empresas con el mundo.
7. Incrementar el número de matriculados/inscritos y renovados de cada uno de los registros públicos administrados por la CCH.
8. Cumplir la promesa de servicio de la entidad.



## **PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028**

9. Disponer, gestionar y racionalizar los recursos financieros para el cumplimiento de los objetivos estratégicos.
10. Aumentar la adopción de buenas prácticas empresariales en empresas de la región.
11. Gestionar, ejecutar y apoyar programas de RSE que aporten al cumplimiento de los ODS.
12. Garantizar los procesos administrativos con oportunidad y calidad.
13. Fortalecer los conocimientos, habilidades y actitudes del capital humano.
14. Mantener y aumentar el número de Afiliados.
15. Fortalecer la percepción positiva de la entidad.
16. Mejorar la eficiencia en los procesos de la institución a partir de la transformación digital.
17. Aumentar el número de usuarios de los servicios ofrecidos por los Centros de Conciliación y Arbitraje.
18. Disponer de espacios físicos adecuados para la prestación de los servicios.
19. Ser una entidad ambientalmente responsable.
20. Prestar servicios registrales oportunos y de calidad.

## 4. Estrategias, tácticas y metas

### 4.1. Estrategias y tácticas

Una estrategia es un el proceso seleccionado a través del cual se prevé alcanzar un cierto estado futuro, y está compuesta de un objetivo a cumplir y una serie de tácticas a desarrollar. El objetivo de la estrategia resulta necesariamente de las variables estratégicas priorizadas, y las tácticas describen la forma en que se va a desarrollar o ejecutar las acciones para conseguir el objetivo.

**Objetivo estratégico 1.** Impulsar el fortalecimiento y la sostenibilidad empresarial.

*Tabla 22. Estrategias y tácticas para el objetivo estratégico 1*

VARIABLE ESTRATÉGICA	ESTRATEGIA ¿Qué quiero lograr?	TÁCTICA ¿Cómo lo hago?
Ruta de emprendimiento	Potenciar la sostenibilidad y el crecimiento sectorial y empresarial	Implementar una ruta de emprendimiento
Aceleración de empresas		Vincular unidades productivas a programas específicos para la aceleración y el fortalecimiento empresarial
Asesorías personalizadas en fortalecimiento empresarial		
Eficiencia productiva empresarial		
Economía popular y comunitaria		
Conexiones de valor (ruedas, eventos, misiones comerciales)		Generar conexiones empresariales que promuevan la visibilidad, el relacionamiento estratégico y el aumento de ventas
Acceso a financiación para empresarios y emprendedores		Conectar emprendedores y empresarios con inversionistas y diferentes fuentes de financiación para levantamiento de capital
Desarrollo de las cadenas de valor (sectores estratégicos, económicos y comerciales)		Desarrollar acciones específicas que ayuden a solucionar necesidades de los sectores económicos y/o estratégicos
Asociatividad		Gestionar proyectos y propuestas que contribuyan al mejoramiento de la competitividad y productividad de los sectores productivos y económicos
Gestión de proyectos		
Transformación digital empresarial	Mejorar la capacidad de las empresas para que sean más eficientes y competitivas en el entorno digital	Acompañar a los empresarios mediante asistencia técnica empresarial individual para que inicien su ruta hacia la transformación digital.
Innovación empresarial y PI		

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

VARIABLE ESTRATÉGICA	ESTRATEGIA ¿Qué quiero lograr?	TÁCTICA ¿Cómo lo hago?
	Fomentar la innovación, la propiedad industrial y el registro de marcas en los empresarios	Generar cultura de innovación en las empresas
		Gestionar y desarrollar actividades de propiedad Industrial
		Realizar procesos de alistamiento para la comercialización de proyectos con contenido innovador
Internacionalización	Potenciar el intercambio comercial de las empresas con el mundo	Promover y desarrollar actividades de acompañamiento y promoción en internacionalización
Atracción de inversión	Atraer capital externo para impulsar el desarrollo económico, la generación de empleo y la transferencia tecnológica en el departamento	Realizar promoción nacional e internacional de oportunidades de inversión en el departamento
Formación	Fortalecer los conocimientos, habilidades y actitudes del capital humano	Ofertar programas de formación diferencial y con valor agregado en la región
		Fomentar la formación en modalidad virtual
Sostenibilidad empresarial (ambiental y social)	Aumentar la adopción de buenas prácticas empresariales en empresas de la región.	Diseñar, desarrollar e implementar programas y/o acciones de sostenibilidad en las empresas
Mejoramiento del entorno competitivo (incluir generación de conocimiento, gestión en facilitación de tramites, veedurías, seguridad)	Gestionar las acciones que aporten al mejoramiento competitivo de la región y el desarrollo del sector empresarial	Implementar y consolidar el observatorio Desarrollo Regional (seguridad, movilidad, estudios económicos, seguimiento a planes de desarrollo, finanzas municipales, IDC-ICM)
		Mejorar la calificación en variables gobernables por CCH.
		Proyecto Estratégico Huila E

Fuente: elaboración propia.

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Objetivo estratégico 2. Garantizar la sostenibilidad institucional.

Tabla 23. Estrategias y tácticas para el objetivo estratégico 2

VARIABLE ESTRATÉGICA	ESTRATEGIA ¿Qué quiero lograr?	TÁCTICA ¿Cómo lo hago?
Experiencia de usuario	Cumplir la promesa de servicio de la entidad y fortalecer la cultura organizacional	Ampliar el número de beneficiarios del portafolio de servicios empresariales
		Optimizar canales de atención para mejorar eficiencia operativa y experiencia de usuario.
Cultura organizacional (cumplimiento normativo, usabilidad de herramientas, innovación, planeación, comunicación interna)		Fomentar el buen clima laboral
Transformación digital	Mejorar la eficiencia en los procesos de la institución a partir de la transformación digital	Automatizar y sistematizar procesos
		Seguridad de la información
Reputación corporativa	Fortalecer la percepción positiva de la entidad	Desarrollar acciones que contribuyan al mejoramiento de la percepción de la entidad.
Generación de ingresos	Disponer, gestionar y racionalizar los recursos financieros para el cumplimiento de los objetivos estratégicos	Gestionar el crecimiento y sostenibilidad de los ingresos públicos
		Gestionar el crecimiento y sostenibilidad de los ingresos privados
Fidelización de afiliados	Fortalecer la base gremial	Desarrollar un portafolio de servicio atractivo que genere valor a nuestros Afiliados
Optimización de procesos	Garantizar los procesos institucionales con oportunidad y calidad	Estandarización y eficiencia en la prestación de los procesos institucionales
Responsabilidad ambiental	Ser una entidad ambientalmente responsable	Implementar un plan de responsabilidad ambiental

Fuente: elaboración propia.

**Objetivo estratégico 3.** Administrar con oportunidad y calidad los servicios registrales.

*Tabla 24. Estrategias y tácticas para el objetivo estratégico 3*

VARIABLE ESTRATÉGICA	ESTRATEGIA ¿Qué quiero lograr?	TÁCTICA ¿Cómo lo hago?
Formalización empresarial	Incrementar el número de matriculados/inscritos y renovados de cada uno de los registros públicos administrados por la CCH	Ejecución de estrategias que faciliten y promuevan la formalización empresarial
Simplificación de tramites	Simplificación de tramites	Vincular nuevos municipios a la VUE e Incorporar nuevos servicios o mejoras a la VUE

Fuente: elaboración propia.

**Objetivo estratégico 4.** Promover la responsabilidad social corporativa.

*Tabla 25. Estrategias y tácticas para el objetivo estratégico 4*

VARIABLE ESTRATÉGICA	ESTRATEGIA ¿Qué quiero lograr?	TÁCTICA ¿Cómo lo hago?
Fortalecer los servicios de resolución de conflictos	Aumentar el número de usuarios de los servicios ofrecidos por los Centros de Conciliación y Arbitraje	Fortalecer la efectividad de los acuerdos conciliatorios
Inclusión social	Gestionar, ejecutar y apoyar programas de RSE que aporten al cumplimiento de los ODS	Desarrollar y/o apoyar programas e iniciativas de región que impacten positivamente a la comunidad

Fuente: elaboración propia.

## 4.2. Metas

A partir de las tácticas definidas se plantearon las metas que se relacionan a continuación para cada objetivo estratégico:

**Objetivo estratégico 1.** Impulsar el fortalecimiento y la sostenibilidad empresarial.

- 40% de empresas que permanecen en la ruta de emprendimiento.
- 4770 unidades de emprendimiento fortalecidas.
- 1163 unidades productivas vinculadas a programas específicos para la aceleración y el fortalecimiento empresarial.
- 8% de incremento de productividad, en las unidades productivas vinculadas a programas que impactan la productividad.
- 30% de empresas con negocios efectivos en ruedas de negocio propias y/o nacionales.
- 20% de compradores nacionales y/o internacionales en ruedas de negocio propias.
- 90% de unidades productivas con contacto efectivo a partir de conexiones empresariales regionales y/o nacionales y/o internacionales.
- 50% de unidades productivas que incrementan ventas, de las vinculadas a programas que impactan el crecimiento de ventas.

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

- 10% de emprendedores y/o empresarios que acceden a capital de riesgo a partir de la participación en programas de levantamiento de capital de riesgo.
- 20 proyectos presentados para impulsar sectores estratégicos.
- 29 sectores económicos fortalecidos por acciones realizadas por la Cámara de Comercio del Huila.
- 102 organizaciones fortalecidas.
- 13.700.000.000 COP gestionados por la CCH, a través de proyectos y/o propuestas, que mejoren la competitividad y productividad de los sectores productivos y económicos.
- 620 unidades productivas que apropien procesos de implementación de transformación digital.
- 1997 unidades productivas en eventos o actividades de innovación.
- 30% de empresas en programas de reconversión productiva que generan una innovación.
- 65 patentes o diseños industriales radicados a través de la CCH.
- 474 solicitudes de marcas radicadas a través de la CCH.
- 41 patentes que inician fase de comercialización por gestión de la CCH.
- 194 empresas participantes en ferias y/o misiones internacionales.
- 90 empresas que inician procesos de exportación o incrementan volumen de ventas en el exterior.
- 132 empresas acompañadas en procesos de internacionalización.
- 4 unidades productivas que obtienen certificación internacional con apoyo de la CCH.
- 4 empresas instaladas o capitalizadas en el Huila por gestión de la CCH.
- 10 empresas instaladas en el Parque Industrial.
- 2.586 personas matriculadas en programas de educación superior y formación continua.
- 55.777 personas capacitadas.
- 32.564 unidades productivas que participan en actividades de capacitación y/o formación.
- 16 programas propios de formación en modalidad virtual ofertados.
- 33% implementación de iniciativas de RSE, sostenibilidad y economía circular en las empresas que participan en programas de RSE ofertados por la CCH.
- 60% de acciones establecidas en un plan de trabajo de la Cámara implementadas (Observatorio de desarrollo regional y empresarial).
- 100% de acciones y/o propuestas generadas a partir de los estudios realizados.
- 13 variables de IDC con incremento (mejora) en su dato duro.
- 3 proyectos implementados para la puesta en marcha de futuras fases de Huila-E.

### Objetivo estratégico 2. Garantizar la sostenibilidad institucional.

- 13% nuevos beneficiarios (clientes) atendidos por la Cámara de Comercio del Huila.
- 54% de usabilidad de canales digitales para servicios o trámites registrales.
- 4 nuevos servicios o trámites empresariales virtualizados.
- 85% de cumplimiento de metodología para la certificación en calidad del ambiente laboral.
- 100% de requerimientos sistematizados y/o automatizados.

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

- 45 controles definidos y/o administrados del anexo A de la norma ISO 27001.
- 95% de percepción positiva de la entidad.
- Crecimiento de los ingresos públicos en Tarifa + 5 puntos porcentuales.
- 15% de participación de los ingresos privados sobre los ingresos totales.
- 93% de empresarios que renuevan afiliación a la CCH.
- 1638 afiliados a la CCH.
- 100% de plan de trabajo ejecutado para ampliar el alcance de la certificación del sistema de gestión de calidad ISO 9001 a todas las sedes.
- 100% de requerimientos y/o mejoras implementadas para la optimización de procesos.
- 100% de cumplimiento del plan ambiental.

**Objetivo estratégico 3.** Administrar con oportunidad y calidad los servicios registrales.

- 30% de empresas formalizadas de las sensibilizadas.
- 93% renovados del registro mercantil.
- 4 ciudades VUE nuevas implementadas.

**Objetivo estratégico 4.** Promover la responsabilidad social corporativa.

- 58% de efectividad de los acuerdos conciliatorios.
- 15.500 beneficiarios de programas/actividades de RSE en el Huila.

### 4.2.1. Fichas de indicadores

Para garantizar un adecuado seguimiento y evaluación de las metas estratégicas establecidas en el presente plan, se han diseñado fichas técnicas para cada uno de los indicadores asociados. Estas fichas permiten detallar las características esenciales de cada indicador, su propósito, metodología de medición, y las metas establecidas para los diferentes periodos del plan estratégico.

Cada ficha contiene los siguientes campos estructurados:

**Programa o programas:** Se identifica el programa estratégico al que pertenece el indicador.

**Nombre del indicador:** Se especifica de manera clara y concreta el indicador que será evaluado.

**Área responsable:** Se define la dependencia o área encargada de la gestión y medición del indicador.

**Objetivo del indicador:** Explica el propósito de medir dicho indicador y su contribución al cumplimiento de las metas estratégicas.

**Descripción del indicador:** Proporciona una explicación detallada sobre lo que mide el indicador, enfatizando su relevancia.

**Unidad de medida:** Define cómo será cuantificado (número, porcentaje, etc.).

**Fórmula de cálculo:** Especifica cómo se calculará el indicador.

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

**Periodicidad de medición:** Indica la frecuencia con la que se evaluará el indicador (anual, trimestral, etc.).

**Metodología para obtener los datos:** Describe el proceso de recolección y análisis de la información necesaria para medir el indicador.

**Fuente de información:** Menciona las bases de datos o herramientas de donde se extraen los datos.


**Línea base:** Proporciona un valor inicial que sirve como referencia para medir el avance.

**Meta por periodos:** Desglosa las metas anuales del indicador, alineadas con el periodo del plan estratégico.

**Justificación o fundamento de la meta:** Explica por qué se ha establecido la meta, por qué es relevante y cómo contribuye a los objetivos estratégicos.

**Observaciones:** Campo opcional para incluir notas adicionales.

*Ilustración 12. Ejemplo de ficha técnica de indicador*

 <div>Cámara de Comercio del Huila</div>	<b>CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA</b>			<b>CÓDIGO: GCA-FT-2</b>
	<b>PRESIDENCIA EJECUTIVA</b>			<b>FECHA: 2-11-2024</b>
	<b>Solicitudes de marcas radicadas a través de la CCH</b>			<b>VERSIÓN: 1</b>
<b>Programa o programas</b>	Solicitudes de marcas radicadas a través de la CCH			
<b>Nombre del indicador:</b>				
<b>Área Responsable</b>	INNOVACION Y PROPIEDAD INDUSTRIAL	<b>Colaborador Responsable:</b>	JOHANNA GONZALEZ	
<b>Áreas que aportan al cumplimiento de meta del indicador</b>	INNOVACION Y PROPIEDAD INDUSTRIAL	<b>Colaboradores Responsables:</b>	JOHANNA GONZALEZ	
<b>Objetivo Estratégico Asociado:</b>	(No diligenciar)			
<b>Objetivo del indicador</b>	Controlar el número de proyectos de marcas acompañados y radicados para inicio de trámite ante la Superintendencia de Industria y Comercio			
<b>Descripción del Indicador</b>	Mide el número de proyectos de marcas comerciales o colectivas de emprendedores, empresarios o asociaciones radicadas y acompañadas por la CCH ante la superintendencia de industrial. Número de expediente			
<b>Unidad de medida: (Número, Porcentaje, entre otros)</b>	Número			
<b>Fórmula de cálculo:</b>	# de solicitudes de marcas radicadas a través de la CCH			
<b>Periodicidad de medición:</b>	anual			
<b>Metodología para obtener los datos:</b>	Se cuenta el número de radicaciones con número de expediente de marcas realizadas			
<b>Fuente de información:</b>	PAT			
<b>Valor línea base:</b>	100	<b>Fecha de la línea base:</b>	2024	<b>Fuente de la línea base:</b> PAT
<b>Descripción de la línea base:</b>	En este indicador se mide el número de solicitudes de marcas que se radican con número de expediente en la Superintendencia de Industria y Comercio para que inicien el proceso de concesión.			
<b>Meta:</b>	474			
<b>Meta por periodos</b>	2025 110	2026 116	2027 121	2028 127
<b>Justificación y/o fundamento de la meta del indicador</b>	Es importante apoyar a los emprendedores que realizan procesos de innovación en sus proyectos de emprendimiento y enseñarles que un mecanismo de innovación es a través del proceso de propiedad industrial donde se obtiene protección de derechos exclusivos que se convierten en ventajas competitivas.			
<b>Observaciones:</b>				

Fuente: elaboración propia.

La imagen anterior muestra un ejemplo de ficha correspondiente al indicador "Solicitudes de marcas radicadas a través de la CCH", parte del programa de Innovación y Propiedad Industrial. Este indicador mide el número de solicitudes de marcas comerciales o colectivas radicadas con el apoyo de la Cámara ante la Superintendencia de Industria y Comercio. La ficha detalla la fórmula de cálculo, la meta base de 474 para el año 2024, y las metas incrementales para cada año del periodo estratégico (2025-2028), con un claro enfoque en la promoción de la innovación y la protección de los derechos empresariales.

Como anexo, se adjuntan las fichas de indicadores diseñadas para este plan estratégico. Estas fichas ofrecen un panorama integral de los indicadores, alineando las metas institucionales con la evaluación y monitoreo constante del progreso de los objetivos estratégicos.



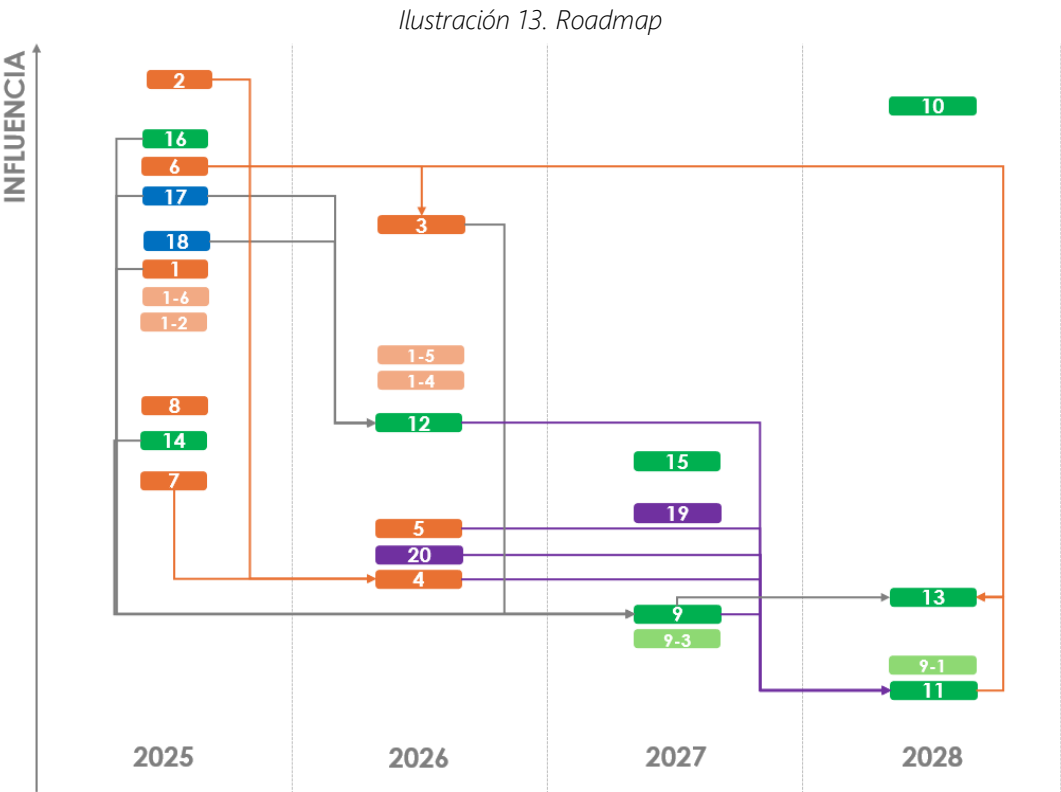
5. Roadmap y matriz del plan estratégico

5.1. Roadmap

Una vez definidas las estrategias necesarias para fortalecer a la Cámara de Comercio del Huila y cumplir con su propósito superior, se hace necesario priorizarlas y, de esta manera, establecer un orden lógico. Para desarrollar esta priorización se utilizó la metodología de análisis estructural basado en la interacción de influencia y dependencia entre las estrategias planteadas.

Esta priorización permitió definir el Roadmap que, puede traducirse como una hoja de ruta, facilita planear la ejecución de cada una de las estrategias teniendo en cuenta los plazos aproximados de consecución de cada uno de los objetivos estratégicos asociados y las influencias directas que cada estrategia genera sobre las demás para identificar una ruta crítica. Es así como el Roadmap nos permite conocer el camino por medio del cual vamos a llegar al escenario planteado de la manera más eficiente.

En ese contexto, se presenta el Roadmap que permitirá alcanzar el escenario planteado en un plazo de ejecución de 4 años:



### FORTALECIMIENTO Y SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

- 1** Potenciar la sostenibilidad y el crecimiento empresarial.
  - 1-1** Implementar una ruta de emprendimiento.
  - 1-2** Acelerar y fortalecer unidades productivas.
  - 1-3** Generar conexiones empresariales estratégicas.
  - 1-4** Conectar emprendedores con fuentes de financiación.
  - 1-5** Solucionar necesidades de sectores estratégicos.
  - 1-6** Gestionar proyectos que mejoren la competitividad.
- 2** Mejorar la capacidad empresarial en el entorno digital.
- 3** Fomentar innovación, propiedad industrial y marcas.
- 4** Impulsar el intercambio comercial internacional.
- 5** Atraer capital para empleo y transferencia tecnológica.
- 6** Fortalecer habilidades y actitudes del talento humano.
- 7** Promover buenas prácticas empresariales.
- 8** Gestionar acciones para la competitividad regional.

### SOSTENIBILIDAD INSTITUCIONAL

- 9** Cumplir con la promesa de servicio.
  - 9-1** Garantizar la satisfacción del cliente.
  - 9-2** Ampliar beneficiarios de servicios empresariales.
  - 9-3** Optimizar canales para eficiencia y experiencia.
- 10** Mejorar eficiencia institucional mediante transformación digital.
- 11** Fortalecer percepción positiva de la entidad.
- 12** Gestionar recursos financieros estratégicos.
- 13** Mantener y aumentar afiliados.
- 14** Garantizar procesos administrativos oportunos y de calidad.
- 15** Ser ambientalmente responsable.
- 16** Optimizar espacios para prestación de servicios.

### SERVICIOS REGISTRALES

- 17** Incrementar matrículas y renovaciones en registros públicos.
- 18** Simplificación de trámites.

### RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

- 19** Incrementar usuarios de Centros de Conciliación y Arbitraje.
- 20** Apoyar programas de RSE alineados con los ODS.

Fuente: elaboración propia.

## 5.2. Matriz del plan estratégico

Tabla 26. Matriz del plan estratégico

OBJETIVO ESTRATÉGICO ¿Qué quiero lograr?	ESTRATEGIA ¿Qué quiero lograr?	TÁCTICA ¿Cómo lo hago?	INDICADOR	META
Impulsar el fortalecimiento y la sostenibilidad empresarial	Potenciar la sostenibilidad y el crecimiento sectorial y empresarial	Implementar una ruta de emprendimiento	% de empresas que permanecen en la ruta de emprendimiento	40%
			Unidades de emprendimiento fortalecidas	4.770
		Vincular unidades productivas a programas específicos para la aceleración y el fortalecimiento empresarial	Unidades productivas vinculadas a programas específicos para la aceleración y el fortalecimiento empresarial	1163
			Incremento de productividad	8%
		Generar conexiones empresariales que promuevan la visibilidad, el relacionamiento estratégico y el aumento de ventas	% de empresas con negocios efectivos en ruedas de negocio propias y/o nacionales	30%
			% de compradores nacionales y/o internacionales en ruedas de negocio propias	20%
			% de unidades productivas con contacto efectivo a partir de conexiones empresariales regionales y/o nacionales y/o internacionales	90%
			% de unidades productivas que incrementan ventas	50%

# PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

OBJETIVO ESTRATÉGICO ¿Qué quiero lograr?	ESTRATEGIA ¿Qué quiero lograr?	TÁCTICA ¿Cómo lo hago?	INDICADOR	META
		Conectar emprendedores y empresarios con inversionistas y diferentes fuentes de financiación para levantamiento de capital	% de emprendedores y/o empresarios que acceden a capital de riesgo a partir de la participación en programas de levantamiento de capital de riesgo	10%
		Desarrollar acciones específicas que ayuden a solucionar necesidades de los sectores económicos y/o estratégicos	Proyectos presentados para impulsar sectores estratégicos	20
			Sectores económicos fortalecidos por acciones realizadas por la Cámara de Comercio del Huila	29
			Organizaciones fortalecidas	102
		Gestionar proyectos y propuestas que contribuyan al mejoramiento de la competitividad y productividad de los sectores productivos y económicos	Valor de recursos de proyectos y/o propuestas gestionadas por la CCH que mejoren la competitividad y productividad de los sectores productivos y económicos	\$13.700.000.000
	Mejorar la capacidad de las empresas para que sean más eficientes y competitivas en el entorno digital	Acompañar a los empresarios mediante asistencia técnica empresarial individual para que inicien su ruta hacia la transformación digital.	Unidades productivas que apropian procesos de implementación de transformación digital	620
	Fomentar la innovación, la propiedad industrial y el registro de marcas en los empresarios	Generar cultura de innovación en las empresas	Beneficiarios de eventos o actividades de innovación	1997
			Tasa de conversión de los programas de cultura de innovación de la CCH en emprendedores y/o empresarios que generan una innovación	30%

# PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

OBJETIVO ESTRATÉGICO ¿Qué quiero lograr?	ESTRATEGIA ¿Qué quiero lograr?	TÁCTICA ¿Cómo lo hago?	INDICADOR	META
		Gestionar y desarrollar actividades de propiedad Industrial	Patentes o diseños industriales radicados a través de la CCH	65
			Solicitudes de marcas radicadas a través de la CCH	474
		Realizar procesos de alistamiento para la comercialización de proyectos con contenido innovador	% de patentes que inician fase de comercialización por gestión de la CCH	41
	Potenciar el intercambio comercial de las empresas con el mundo	Promover y desarrollar actividades de acompañamiento y promoción en internacionalización	Empresas participantes en ferias y/o misiones internacionales	194
			Empresas que inician procesos de exportación o incrementan volumen de ventas en el exterior	90
			Empresas acompañadas en procesos de internacionalización	132
			Unidades productivas que obtienen certificación internacional con apoyo de la CCH	4
	Atraer capital externo para impulsar el desarrollo económico, la generación de empleo y la transferencia tecnológica en el departamento	Realizar promoción nacional e internacional de oportunidades de inversión en el departamento	Empresas instaladas o capitalizadas en el Huila por gestión de la CCH	4
			Empresas Instaladas en el Parque Industrial (antigua ZFS)	10
	Fortalecer los conocimientos, habilidades y actitudes del capital humano	Ofertar programas de formación diferencial y con valor agregado en la región	Personas matriculadas en programas de educación superior y formación continua	2.586
			Personas capacitadas	55.777
			Unidades productivas que participan en actividades de capacitación y/o formación	32.564

# PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

OBJETIVO ESTRATÉGICO ¿Qué quiero lograr?	ESTRATEGIA ¿Qué quiero lograr?	TÁCTICA ¿Cómo lo hago?	INDICADOR	META
	Aumentar la adopción de buenas prácticas empresariales en empresas de la región.	Fomentar la formación en modalidad virtual	Programas propios de formación en modalidad virtual ofertados	16
		Diseñar, desarrollar e implementar programas y/o acciones de sostenibilidad en las empresas	Implementación de iniciativas de RSE, sostenibilidad y economía circular en las empresas que participan en programas de RSE ofertados por la CCH	33%
	Gestionar las acciones que aporten al mejoramiento competitivo de la región y el desarrollo del sector empresarial	Implementar y consolidar el observatorio Desarrollo Regional (seguridad, movilidad, estudios económicos, seguimiento a planes de desarrollo, finanzas municipales, IDC-ICM)	% de acciones establecidas en un plan de trabajo de la Cámara implementadas (Observatorio de desarrollo regional y empresarial)	60%
		Mejorar la calificación en variables gobernables por CCH.	Acciones y/o propuestas generadas a partir de los estudios realizados	100%
		Mejorar la calificación en variables gobernables por CCH.	Mejora en las variables del IDC gobernables por la CCH	13
		Proyecto Estratégico Huila E	Implementación de proyecto(s) para la puesta en marcha de futuras fases de Huila E	3
Garantizar la sostenibilidad institucional	Cumplir la promesa de servicio de la entidad y fortalecer la cultura organizacional	Ampliar el número de beneficiarios del portafolio de servicios empresariales	Nuevos beneficiarios (clientes) atendidos por la Cámara de Comercio del Huila	13%
		Optimizar canales de atención para mejorar eficiencia operativa y experiencia de usuario.	% de usabilidad de canales digitales para servicios o trámites registrales	54%
			Servicios o trámites empresariales virtualizados	4
		Fomentar el buen clima laboral	% de cumplimiento de metodología para la certificación en calidad del ambiente laboral.	85%

# PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

OBJETIVO ESTRATÉGICO ¿Qué quiero lograr?	ESTRATEGIA ¿Qué quiero lograr?	TÁCTICA ¿Cómo lo hago?	INDICADOR	META
	Mejorar la eficiencia en los procesos de la institución a partir de la transformación digital	Automatizar y sistematizar procesos	% requerimientos sistematizados y/o automatizados	100%
		Seguridad de la información	Controles definidos y/o administrados del anexo A de la norma ISO 27001	45
	Fortalecer la percepción positiva de la entidad	Desarrollar acciones que contribuyan al mejoramiento de la percepción de la entidad.	% de percepción positiva de la entidad	95%
	Disponer, gestionar y racionalizar los recursos financieros para el cumplimiento de los objetivos estratégicos	Gestionar el crecimiento y sostenibilidad de los ingresos públicos	Crecimiento de los ingresos públicos	Tarifa + 5 puntos porcentuales
		Gestionar el crecimiento y sostenibilidad de los ingresos privados	% de participación de los ingresos privados sobre los ingresos totales	15%
	Fortalecer la base gremial	Desarrollar un portafolio de servicio atractivo que genere valor a nuestros Afiliados	% de empresarios que renuevan afiliación a la CCH	93%
			Afiliados	1638
	Garantizar los procesos institucionales con oportunidad y calidad	Estandarización y eficiencia en la prestación de los procesos institucionales	Ampliar el alcance de la certificación del sistema de gestión de calidad ISO 9001 a todas las sedes.	100%
			% de requerimientos y/o mejoras implementadas para la optimización de procesos	100%
	Ser una entidad ambientalmente responsable	Implementar un plan de responsabilidad ambiental	% de cumplimiento del plan ambiental	100%
Administrar con oportunidad y	Incrementar el número de matriculados/inscritos y renovados de cada uno de los	Ejecución de estrategias que faciliten y promuevan la formalización empresarial	% de empresas formalizadas de las sensibilizadas	30%
			% Renovados del registro mercantil	93%

**PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028**

OBJETIVO ESTRATÉGICO ¿Qué quiero lograr?	ESTRATEGIA ¿Qué quiero lograr?	TÁCTICA ¿Cómo lo hago?	INDICADOR	META
calidad los servicios registrales	registros públicos administrados por la CCH			
	Simplificación de tramites	Vincular nuevos municipios a la VUE e Incorporar nuevos servicios o mejoras a la VUE	Nuevas ciudades VUE implementadas	4
Promover la responsabilidad social corporativa	Aumentar el número de usuarios de los servicios ofrecidos por los Centros de Conciliación y Arbitraje	Fortalecer la efectividad de los acuerdos conciliatorios	% de Efectividad de los Acuerdos Conciliatorios	58%
	Gestionar, ejecutar y apoyar programas de RSE que aporten al cumplimiento de los ODS	Desarrollar y/o apoyar programas e iniciativas de región que impacten positivamente a la comunidad	Beneficiarios de programas/actividades de RSE en Cámara de Comercio del Huila	15.500

Fuente: elaboración propia.



## 6. Proyectos estratégicos

Una vez definido lo anterior, la Cámara de Comercio del Huila define 4 proyectos estratégicos con los que impulsará el cumplimiento de las metas planteadas con visión 2028, los cuales se relacionan a continuación:

### 6.1. Huila E Centro Empresarial

El Centro Empresarial Huila E, es la nueva sede insignia de la Cámara de Comercio del Huila en la ciudad de Neiva, un espacio moderno diseñado para fortalecer el tejido social, empresarial e institucional de la región. Esta apuesta estratégica busca materializar la innovación, tecnología y formación a través de:

- Programas de apoyo a emprendimientos emergentes y consolidados.
- Espacios colaborativos para la creación de redes empresariales.
- Desarrollo de eventos especializados, consultorías y formación diferenciada.
- Prestación de servicios registrales y de conciliación y arbitraje.

Con la implementación de proyectos para la puesta en marcha de futuras fases, Huila E Centro Empresarial, seguirá consolidándose como el campus del conocimiento y la innovación que conecta a empresarios, emprendedores y aliados estratégicos, facilitando el crecimiento empresarial y la competitividad regional.

### 6.2. Parque Industrial (antigua ZFS)

El Parque Industrial, ubicado en la antigua Zona Franca Surcolombiana, constituye un espacio estratégico para la localización y operación de empresas de diversos sectores productivos. Ahora, sin régimen franco, el proyecto está orientado a:

- Ofrecer infraestructura adecuada para la instalación de micro, pequeñas, medianas y grandes empresas.
- Generar condiciones favorables para la productividad, competitividad e internacionalización de los negocios.
- Atraer inversión regional, nacional e internacional.
- Impulsar el encadenamiento productivo y la diversificación económica del departamento.

Este parque industrial se posiciona como un polo de desarrollo para dinamizar la economía regional y fomentar la generación de empleo, en una localización estratégica en términos comerciales y logísticos.

### 6.3. Unidad de proyectos

Implementar y consolidar la Unidad de Proyectos, con el objetivo de gestionar recursos y formular propuestas que contribuyan a la productividad y competitividad de los sectores económicos del Huila. Las acciones principales de esta unidad incluyen:

- Identificación, estructuración, ejecución, monitoreo y evaluación de proyectos de alto impacto para empresarios y la región.
- Articulación con entidades nacionales e internacionales para acceder a fuentes de financiamiento.
- Promoción de alianzas estratégicas con actores públicos, privados, académicos y sociales, para el cumplimiento de objetivos.

La Unidad de Proyectos se convierte en un motor clave para impulsar las iniciativas propuestas desde las subregiones Norte, Sur, Centro y Occidente, para el desarrollo económico y social del Huila, fortaleciendo capacidades y asegurando el crecimiento y la sostenibilidad institucional.

### 6.4. Fortalecimiento Empresarial y Asociativo del Surcolombiano

Este proyecto, desarrollado a través del Centro Agroindustrial de Pitalito, busca consolidar a esta subregión como un referente estratégico en el crecimiento empresarial, el desarrollo asociativo y la productividad agroindustrial; responde a la necesidad de fortalecer las capacidades de los actores económicos del surcolombiano y aprovechar su potencial productivo, especialmente en sectores estratégicos como el agroindustrial, comercial y turístico. A través de este proyecto, se espera contribuir en las siguientes líneas de acción:

- Promoción de iniciativas de valor agregado en productos agrícolas, fortaleciendo procesos de transformación, comercialización e innovación tecnológica en la región.
- Impulso a cooperación entre empresarios, emprendedores y productores, con el fin de potenciar su capacidad de negociación, acceso a mercados y competitividad.
- Adecuación de espacios y servicios especializados en el Centro Agroindustrial de Pitalito, para atender necesidades de capacitación, asesorías, innovación y trámites empresariales.
- Creación de estrategias para la integración de productores y empresarios en cadenas de valor.
- Implementación de prácticas sostenibles en los procesos productivos, fortaleciendo la economía circular y promoviendo el desarrollo económico con responsabilidad ambiental y social.

Este proyecto se constituye como una apuesta estratégica para dinamizar el desarrollo económico y social del sur del Huila y del surcolombiano en general. Al integrar las capacidades del Centro Agroindustrial de Pitalito con las necesidades de empresarios y emprendedores, se busca no solo fortalecer el tejido empresarial, sino también impulsar la competitividad regional y la generación de empleo en una de las zonas más productivas de la región.

## 6.5. Centros empresariales

La Cámara de Comercio del Huila está transformando sus sedes y seccional, en centros empresariales, con el propósito de convertirse en referente de soluciones y experiencias para los emprendedores, empresarios y comunidad en general. La apuesta, es la consolidación de estos espacios dinámicos y multipropósitos, con la especialidad, según las necesidades, expectativas y fortalezas de cada subregión, y la complementariedad de manera articulada de estos servicios dispuestos para los empresarios del centro, sur, occidente y norte del Huila, promoviendo con ello su fortalecimiento y competitividad. Los centros empresariales con enfoque en innovación, agroindustria y servicio, transformación digital y emprendimiento generarán un flujo de conocimiento y de oportunidades, creando un nodo empresarial del Huila con proyección nacional. Algunas de las acciones son:

- La continuación de la adecuación de espacios físicos modernos en las sedes de la Cámara de Comercio del Huila.
- La consolidación de un portafolio de servicios especializados para los empresarios.
- La creación de estrategias que permitan la consolidación de los centros empresariales y su operación como un sistema articulado de servicios.

## 6.6. Internacionalización

La internacionalización empresarial es hoy un pilar fundamental para el crecimiento, la sostenibilidad y la sofisticación de la economía regional. En un entorno global altamente competitivo, las Mipymes huilenses enfrentan el desafío de superar barreras estructurales, mejorar su capacidad exportadora y adaptarse a las exigencias de mercados internacionales cada vez más especializados. Para superar barreras, la Cámara de Comercio del Huila desarrollará el Plan de Internacionalización como una hoja de ruta estratégica para acompañar y fortalecer las capacidades de las empresas con vocación exportadora y alto potencial de internacionalización, buscando responder a la necesidad de diversificar la canasta exportadora del departamento, elevar el valor agregado de los productos huilenses en el mercado global y facilitar el acceso a nuevos canales de comercialización internacional. Algunas de los componentes son:

- Activación exportadora
- Inteligencia de mercados
- Conexión internacional
- Posicionamiento internacional

## Bibliografía

DNP. (2022). *Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 "Colombia potencia mundial de la vida"*. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación.

## PLAN ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO DEL HUILA 2025 – 2028

Gobernación del Huila. (2024). *Programa de gobierno 2024-2027 "Por un Huila grande"*. Neiva: Departamento del Huila.