

Código	Fecha	Versión
GCA-PO-02	09/04/2021	4



## Política de Servicio al Cliente Cámara de Comercio del Huila Versión 4 – 13 Abril de 2021

### Contenido

Propósito Superior .....	2
Objetivos Estratégicos .....	2
Cadena de Valor .....	3
Política.....	3
Componentes .....	4
Factores.....	4
Atributos .....	4
Canales.....	5
Presenciales.....	5
Otros canales.....	5
Acuerdos de servicio .....	6
Tipología de clientes.....	6
Atención a personas en condición de discapacidad .....	7
Recomendaciones generales para la atención y asistencia a clientes .....	9
Recomendaciones generales para la atención y asistencia a clientes con discapacidad .....	9
Discapacidad física (Personas que usan silla de ruedas, bastones, andadores, etc.) .....	10
Discapacidad visual (Personas con baja visión o personas ciegas) .....	10
Discapacidad auditiva.....	11
Resolución de conflictos.....	11
Servicios .....	12
Servicios Registrales .....	12
CAE y VUE.....	12
Corresponsal cameral.....	12
Fortalecimiento Empresarial .....	13
Servicios especializados.....	13
Centro de Conciliación, Arbitraje y Amigable Composición.....	13
Desarrollo Regional – RSC .....	14

Código	Fecha	Versión
GCA-PO-02	09/04/2021	4



Competitividad Emprendimiento e Innovación .....	14
Medición de Satisfacción y favorabilidad .....	15

# Política de Servicio al Cliente

## Cámara de Comercio del Huila

La Cámara de Comercio del Huila en el cumplimiento de sus funciones delegadas por el Estado, vela por la prestación de un servicio de alta calidad donde el Cliente usuario es su prioridad y sobre el cual se asume un compromiso integral frente a la identificación de cualquier problema, proporcionando las soluciones más idóneas para satisfacer sus necesidades.

Para ello define la Política de Servicio al Cliente, considerando los siguientes lineamientos:

### Propósito Superior

*“Impulsar la competitividad departamental, para mejorar la calidad de vida de nuestra gente.”*

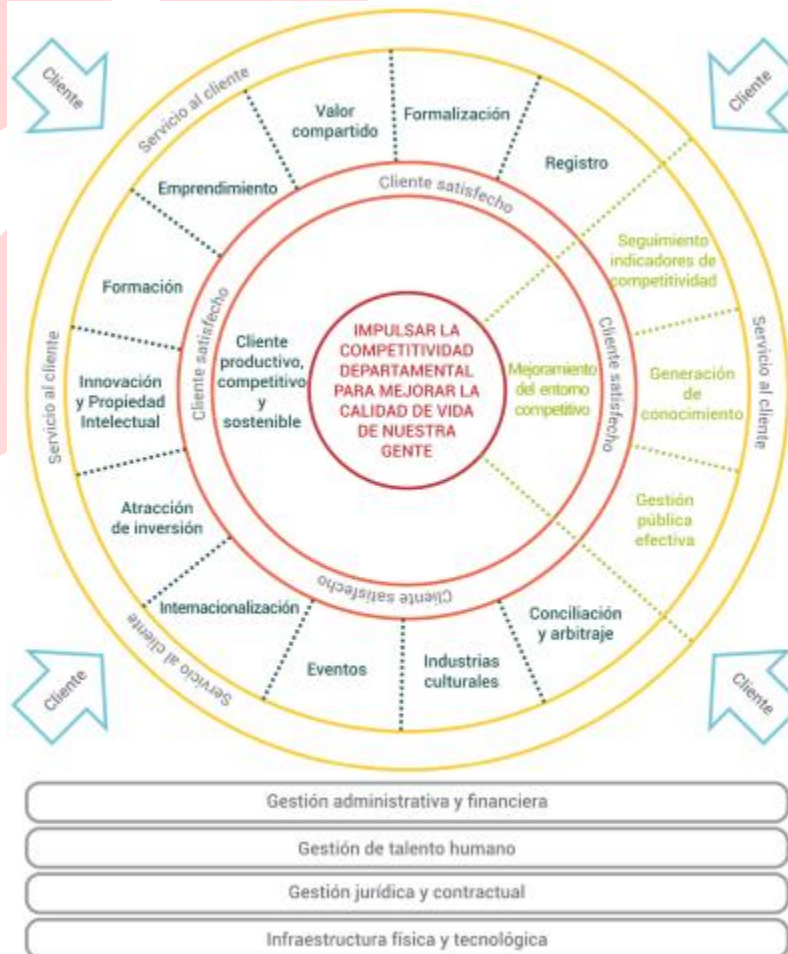
### Objetivos Estratégicos

- Gestionar el mejoramiento de los indicadores de competitividad.
- Promover el emprendimiento, la innovación para fortalecer la productividad empresarial, y velar por la sostenibilidad de las empresas y la región.
- Mejorar las capacidades del talento humano de la región.
- Gestionar los recursos institucionales para garantizar el cumplimiento de los objetivos.
- Garantizar el acceso oportuno y de calidad de los servicios registrales y facilitar la formalización como factor de competitividad.

Código	Fecha	Versión
GCA-PO-02	09/04/2021	4



## Cadena de Valor



## Política

*“Comprometidos con la mejor **ACTITUD**, para garantizar la satisfacción de nuestros clientes en la prestación de todos los servicios misionales con **OPORTUNIDAD, EFICIENCIA y CALIDAD**, para ser **ÚTILES** en el fortalecimiento de nuestros empresarios y el mejoramiento de todos los indicadores de **COMPETITIVIDAD**, factor determinante para la calidad de vida de nuestra gente”.*

Código	Fecha	Versión
GCA-PO-02	09/04/2021	4

## Componentes

**Competitividad:** Propósito superior o fin último de la CCH, impulsar competitividad departamental, promoviendo el emprendimiento, la innovación, la productividad mejorando las capacidades del talento humano y garantizando el acceso a servicios que faciliten la formalización de las organizaciones.

**Integralidad:** Que cada colaborador de la CCH conozca los servicios de la Cámara, e implemente desde sus responsabilidades, acciones y lineamientos de servicio al cliente.

**Cercanía:** Cerca a los clientes, brindándoles accesibilidad, facilidad y rapidez en los procesos, trámites, servicios y requerimientos.

**Beneficios:** Tangibles a los clientes y usuarios de manera clara y pertinente.

**Universalidad:** La universalidad como parte del propósito superior de la CCH de servir a los clientes y usuarios que se encuentren a lo largo de todo el territorio del departamento, sin importar que tengan o no acceso a la virtualidad.

## Factores

El servicio al cliente para la Cámara de Comercio del Huila, tiene como soporte factores clave para su atención, a través de los cuales busca fidelizar y mejorar la experiencia de sus clientes y usuarios, así como generar vínculos de permanencia:

- Oportunidad.
- Calidad.
- Utilidad
- Disposición y escucha activa.
- Orientación al cliente.

## Atributos

Por otro lado, la Cámara de Comercio del Huila, en su calidad de líder y prestador de servicios, busca atender y generar espacios de mejora continua para con sus clientes, los cuales deberán verse reflejados a través de:

- Amabilidad.
- Confiabilidad.
- Agilidad.
- Respeto
- Accesibilidad.
- Eficacia y eficiencia.
- Inclusión

Código	Fecha	Versión
GCA-PO-02	09/04/2021	4

## Canales

Así mismo, la Cámara de Comercio del Huila pone a disposición los siguientes canales de atención:

### Presenciales

	<b>Sede principal Neiva</b>	<b>Seccional Pitalito</b>	<b>Sede Garzón</b>	<b>Sede La Plata</b>
<b>Teléfono (+57) (038)</b>	(608) 8713666 Opción 1	(608) 8713666 Opción 2	(608) 8713666 Opción 3	(608) 8713666 Opción 4
<b>Dirección</b>	Carrera 5 No. 10 – 38, piso 1 y 3	Av. Pastrana No. 11 sur 2 – 47	Carrera 12 No. 6-29	Calle 7 No. 2 – 25
<b>Horarios de atención al público</b>	7:00 a.m. a 12:00 m. – 2:00 p.m. a 5:00 p.m.			
<b>Correos electrónicos</b>	<a href="mailto:pqr@cchuila.org">pqr@cchuila.org</a> – <a href="mailto:notificacionesjudiciales@cchuila.org">notificacionesjudiciales@cchuila.org</a> – <a href="mailto:radicaciones@cchuila.org">radicaciones@cchuila.org</a> – <a href="mailto:protecciondedatospersonales@cchuila.org">protecciondedatospersonales@cchuila.org</a>			

### Otros canales

<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.cchuila.org">www.cchuila.org</a>
<b>Peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y felicitaciones – ventanilla virtual</b>	<a href="mailto:pqr@cchuila.org">pqr@cchuila.org</a> <a href="https://cchuila.org/pqr/">https://cchuila.org/pqr/</a>
<b>Notificaciones judiciales</b>	<a href="mailto:notificacionesjudiciales@cchuila.org">notificacionesjudiciales@cchuila.org</a>
<b>Protección de Datos Personales</b>	<a href="mailto:protecciondedatospersonales@cchuila.org">protecciondedatospersonales@cchuila.org</a>
<b>Redes sociales</b>	Facebook: @CCHuila Twitter: @CCHuila Instagram: @CCHuila YouTube: Cámara de Comercio del Huila LinkedIn: Cámara de Comercio del Huila Tik Tok: cchuila
<b>APP</b>	Android – Play Store: Cámara de Comercio del Huila IOS - App Shore: Cámara de Comercio del Huila

Código	Fecha	Versión
GCA-PO-02	09/04/2021	4

## Acuerdos de servicio

La atención al público de la Cámara de Comercio del Huila es de lunes a viernes de 7:00 de la mañana a 12:00 del mediodía y retoma a las 2:00 p.m. y termina a las 5:00 de la tarde. Los sábados, domingos y festivos, no son días hábiles. Y para efectos del conteo de términos de respuesta tampoco se tendrán en cuenta.

Entre tanto, nuestra gestión institucional, para dar a conocer información relacionada con los registros, ofrecer el portafolio de servicios de la Cámara de Comercio del Huila, hacer gestión comercial (venta), y convocar a empresarios para participar en eventos, programas y proyectos empresariales propios o de aliados, será de lunes a viernes de 7:00 a.m. a 12:00 m, y de 2:00 p.m., a 6:00 p.m. Es de precisar que este acuerdo de servicio aplica a colaboradores y contratistas.

La atención en nuestras redes sociales tendrá una respuesta automática, pero luego se responderá igualmente en días hábiles, en horario de 7:00 a.m. a 12:00 m y de 2:00 p.m., a 6:00 p.m.

## Tipología de clientes

TIPOLOGÍAS	CARACTERÍSTICAS	NORMAS PARA SU TRATAMIENTO
DESAGRADABLE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Busca disculsi3n</li> <li>• Pretende llevar siempre la raz3n</li> <li>• Pertenece al grupo de los eternos descontentos</li> <li>• Habla bruscamente</li> </ul>	<p><u>C3mo tratarle:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dejar que hable cuanto quiera</li> <li>• Ser pacientes al escucharle</li> <li>• Conservar la calma, el dominio de la situaci3n</li> </ul> <p><u>Evitar:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discutir</li> <li>• Considerar cuesti3n personal sus comentarios sarc3sticos</li> <li>• Entrar en su juego provocativo</li> </ul>
DISTRAIDO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se distrae constantemente</li> <li>• Su expresi3n es de ausencia</li> <li>• No escucha</li> </ul>	<p><u>C3mo tratarle:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concentrar su atenci3n sobre pocos asuntos</li> <li>• Despertar su Inter3s y curiosidad con datos precisos</li> </ul> <p><u>Evitar:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Distraerse</li> <li>• Cansarle</li> <li>• Interrumpir la entrevista o la conversaci3n telef3nica</li> </ul>

Código	Fecha	Versión
GCA-PO-02	09/04/2021	4



SILENCIOSO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rostro sin expresión</li> <li>Aspecto de no escuchar</li> <li>Apenas responde a las preguntas; no pregunta</li> </ul>	<p><u>Cómo tratarle:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Escucharle con simpatía</li> <li>Conducir la conversación hacia el servicio que interese</li> </ul> <p>Evitar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Manifestar impaciencia</li> <li>Distraerse</li> <li>Perder la misión de oferta del servicio</li> </ul>
INDECISO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Es incapaz de tomar una decisión</li> <li>La duda es su manera de ser</li> <li>Pide consejo continuamente</li> </ul>	<p><u>Cómo tratarle:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Darle consejos útiles</li> <li>Ser sus asesores</li> <li>Descubrir sus motivaciones e interés</li> </ul> <p>Evitar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dejar languidecer la entrevista, la conversación</li> <li>Abandonar al cliente a su suerte</li> <li>Esperar que él/ella tome la iniciativa</li> </ul>
IMPORTANTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Intenta demostrar que posee un conocimiento infalible</li> <li>Los servicios, los negocios no le causan problemas.</li> <li>Contradice o pone en duda nuestras afirmaciones.</li> <li>Puede que sea más competente que nosotros.</li> </ul>	<p><u>Cómo tratarle:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Escuchar con mucha atención</li> <li>Dar importancia a sus ideas</li> <li>Ser muy pacientes y atentos</li> </ul> <p>Evitar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Contrariarle</li> <li>Dejarse impresionar por sus conocimientos.</li> <li>Mostrarse desconcertados</li> </ul>
PRESUROSO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se muestra impaciente, nervioso, agitado</li> <li>Consulta a menudo su reloj.</li> </ul>	<p><u>Cómo tratarle:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Escucharle con atención</li> <li>Fijar su atención en los puntos básicos del servicio</li> <li>No hacerle perder tiempo</li> </ul> <p>Evitar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Enredar nuestra argumentación</li> <li>El nerviosismo</li> </ul>
REFLEXIVO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se toma mucho tiempo para reflexionar</li> <li>Es lento de movimientos y palabras</li> <li>Parece que su tiempo es ilimitado</li> </ul>	<p><u>Cómo tratarle:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Escucharle con atención</li> <li>Tomarse tiempo</li> <li>Repetir los argumentos en términos diferentes</li> </ul> <p>Evitar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ser bruscos</li> <li>Presionarle</li> <li>Demstrar impaciencia en terminar la conversación</li> </ul>



Código	Fecha	Versión
GCA-PO-02	09/04/2021	4



TÍMIDO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le falta conocimiento del servicio</li> <li>• Teme cometer errores</li> <li>• La falta de confianza en sí mismo</li> <li>• Tiene dificultades para expresar lo que quiere</li> </ul>	<p><u>Cómo tratarle:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La argumentación debe ser amplia</li> <li>• Preocuparse de que nos comprenda</li> <li>• Crear un clima de confianza</li> </ul> <p><u>Evitar:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer muchas preguntas</li> <li>• Acentuar su incomodidad</li> <li>• Mostrarse impacientes o incómodos ante su timidez</li> </ul>
MINUCIOSO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sabe perfectamente lo que desea</li> <li>• Es concreto y conciso</li> <li>• Suele ser tajante y utiliza pocas palabras</li> <li>• Exige rapidez, atención y eficacia</li> <li>• Desea información exacta y respuestas concretas</li> </ul>	<p><u>Cómo tratarle:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Demostrar seriedad y atención hacia él/ella</li> <li>• Trato correcto y amable</li> <li>• Dar una respuesta precisa y concreta</li> <li>• Ser ordenado en la forma de solicitar y ofrecer información</li> <li>• A ser posible ofrecerle información escrita</li> <li>• Demostrar eficiencia</li> </ul>

## Atención a personas en condición de discapacidad

La Cámara de Comercio como entidad incluyente pone a disposición de las personas en situación de discapacidad varias formas de acceso a nuestras instalaciones, información y atención al cliente. A continuación, enumeramos las formas de interacción que tenemos para las personas en situación de discapacidad.

**Turno preferencial:** Hace referencia al turno exclusivo que tienen las personas en condición de discapacidad para acceder a algún servicio de la Cámara de Comercio del Huila, ahorrándoles tiempo y permitiéndoles sentir una atención particular y especial. El turno preferencial también aplica para adultos mayores, mujeres en estado de embarazo y personas con menores en brazos.

**Para personas con alguna movilidad reducida:** La Cámara de Comercio del Huila ha acondicionado espacios físicos en cada una de sus sedes (principal Neiva, Garzón, Pitalito y La Plata) para el adecuado desplazamiento de las personas con movilidad reducida.

**Para personas con discapacidad visual:** La Cámara de Comercio del Huila cuenta con material impreso en sistema braille donde se especifican los servicios registrales que presta la Entidad Gremial, así como los horarios de atención al público. También todas las instalaciones de la Cámara de Comercio del Huila cuentan con la señalización en lenguaje braille y piso podotáctil, cumpliendo con lineamientos de seguridad y salud en el trabajo.

**Para personas con discapacidad auditiva:** La Cámara de Comercio del Huila utiliza el canal de Youtube para difundir sus videos institucionales; gracias a la **herramienta de subtítulos** que esta alternativa web de videos ofrece, las personas con discapacidad auditiva pueden activar los



Código	Fecha	Versión
GCA-PO-02	09/04/2021	4

subtítulos a todos nuestros videos. De esta forma garantizamos que el contenido reflejado en cada pieza audiovisual pueda ser consumido y entendido sin problema.

Dentro de los videos institucionales también contamos con producciones realizadas con personal con discapacidad auditiva, refiriendo los servicios registrales y empresariales que ofrece la Cámara de Comercio del Huila.

La atención a la población con discapacidad es prioridad para la Cámara de Comercio del Huila, por eso se han dado diferentes procesos de formación para los colaboradores en lenguaje de señas (conocimientos básicos y servicio al cliente).

## Recomendaciones generales para la atención y asistencia a clientes

Los colaboradores y prestadores de servicios en la entidad deben:

- Cuidar la presentación personal
- Saludar y presentarse antes de comenzar la atención.
- Preguntar a la persona su nombre y establecer un trato cercano pero respetuoso.
- Escuchar su inquietud y/o necesidad, y resolverla con claridad, y si es posible, hacerlo en un primer contacto.
- Preguntar cuando no se está seguro de haber comprendido la necesidad del cliente y reformular los hechos importantes.
- Hablar siempre de Usted.
- Ofrecer la orientación y/o asesoría con seguridad.
- Evitar tomar llamadas telefónicas mientras atiende al cliente
- No interrumpir la exposición del cliente.
- No sacar conclusiones precipitadas

## Recomendaciones generales para la atención y asistencia a clientes con discapacidad

- Saludar y presentarse antes de comenzar la atención.
- Preguntar a la persona su nombre y establecer un trato cercano pero respetuoso.
- Escuchar su inquietud y/o necesidad, y resolverla
- No tratar a la persona como si fuera un niño o incapaz de entender la información suministrada.

Código	Fecha	Versión
GCA-PO-02	09/04/2021	4

- Entregar la información de forma clara y pausada, utilizando para ello cuantos recursos sean posibles, tales como la escritura, la gesticulación y otros sistemas alternativos de comunicación.
- Asegurarse de que la persona ha comprendido el mensaje, dándole la posibilidad de preguntar todo lo que necesite saber. Si la persona no comprende algo, se deberá buscar otra manera de explicárselo, simplificando el lenguaje o ayudándose con recursos escritos o gráficos.
- Si el proceso demanda de otras intervenciones, tiempos de espera o desplazamiento adicional, se debe mantener informado al cliente.
- Realizar una despedida amable, con validaciones de conformidad del servicio, presentando los canales tecnológicos disponibles para su uso y comodidad, que podrían evitarle desplazamientos en futuras necesidades del servicio.

### Discapacidad física (Personas que usan silla de ruedas, bastones, andadores, etc.)

- Se debe preguntar al cliente si necesita ayuda y cómo le puede auxiliar con la movilidad. En caso de que su respuesta sea positiva, es él o ella quien debe dirigir la ayuda.
- Si el puesto desde el cual realiza la labor es muy alto o no cuenta con las condiciones necesarias para la accesibilidad, deberá buscar alternativas de acercamiento y asistencia al cliente, desplazándose del puesto de trabajo. Esta recomendación también aplica para la asistencia de personas de estatura baja en espacios con altura superior a la capacidad de su alcance.
- La silla de ruedas o los elementos de apoyo, hacen parte del espacio y privacidad de la persona con discapacidad. No se apoye ni la mueva sin su permiso.

### Discapacidad visual (Personas con baja visión o personas ciegas)

- Al saludar, esté atento, es posible que la persona extienda la mano o trate de coger la del colaborador para hacerle saber que quiere saludarlo.
- Sea lo más descriptivo posible respecto al proceso, cite el paso a paso con la información de manera detallada. El proceso se debe realizar en iguales condiciones de acceso a la información respecto a una persona que no tiene discapacidad visual.
- Pregúntele si hay otra u otras personas presentes, que lo estén asistiendo en sus consultas o trámites.
- Si requiere ausentarse, debe informarle al cliente y mantenerlo enterado del proceso que se está realizando, si es del caso, describiendo cada actividad que se realiza. Ejemplo: informarle que, con los datos suministrados, procederá a realizar las correspondientes consultas en el sistema.
- Utilizar términos que apunten directamente a la orientación espacial, como “a su izquierda”, “a su derecha”, etc.

Código	Fecha	Versión
GCA-PO-02	09/04/2021	4

- Si requiere tomarle la mano para un proceso de huellas, firmas o desplazamiento, es importante indicarlo previamente.
- Utilizar normalmente las palabras, sin considerarlas como términos tabúes. Ejemplo: “Observar”, “ver” o “mirar”.
- Evitar exclamaciones que pueden provocar ansiedad al cliente, tales como “¡ay!”, “¡uf!” o “cuidado”, cuando veamos un peligro para la persona ciega.

### Discapacidad auditiva

- Ubíquese de manera que su cara esté iluminada.
- Háblele al cliente de frente, la persona necesita ver sus labios.
- Module con naturalidad, sin exageraciones en la gesticulación.
- Repita las indicaciones o la información si es necesario.
- No debe alzar exageradamente la voz, a menos que el cliente se lo solicite.
- Identifique si la persona lee, esto puede facilitar la entrega del mensaje y la comunicación por escrito.
- Por el solo hecho de llevar audífono, no significa que el cliente escuche claramente.
- Las personas sordas, son personas cuyo canal de acceso a la realidad es preferentemente visual.

### Resolución de conflictos

OFRECER DISCULPAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Expresar "lo siento", "lamento que",...</li> <li>▪ Evitar justificarse</li> <li>▪ Evitar criticar al cliente, otros clientes, otros colaboradores, sectores, ...</li> </ul>
EMPATIZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Expresar "comprendo", "me doy cuenta", "me pongo en su lugar", ...</li> <li>▪ Evitar comunicar ansiedad o impaciencia</li> <li>▪ No interrumpir al cliente enojado; dejar que se desahogue</li> </ul>
TRANQUILIZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Expresar "no se preocupe", "vamos a resolverlo",...</li> <li>▪ Explicar qué va a hacer para ayudar al cliente</li> <li>▪ Usar un lenguaje accesible al cliente</li> </ul>
ESPECIFICAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hacer preguntas para establecer los hechos concretos</li> <li>▪ Escuchar al cliente y dar muestras de asentimiento</li> <li>▪ Repetir lo esencial del relato del cliente para mostrar/confirmar su comprensión</li> </ul>
ACTUAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Según corresponda iniciar la solución del problema</li> <li>▪ Vencer dificultades (creatividad)</li> </ul>
ASEGURAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Según corresponda: informar de la corrección de problemas.</li> <li>▪ Informar de los avances realizados en la corrección del problema.</li> <li>▪ Indicar al cliente los pasos siguientes cuando sea necesario.</li> </ul>

Código	Fecha	Versión
GCA-PO-02	09/04/2021	4

## Servicios

La Cámara de Comercio del Huila cuenta con un portafolio que integra:

### Servicios Registrales

- Registro mercantil: Inscripción de la condición de comerciante que tiene una persona natural o jurídica. Para el caso de Neiva y Garzón se realiza en el Centro de Atención Empresarial-CAE y la VUE en Neiva.
- Registro de Entidades sin Ánimo de Lucro: Inscripción de las fundaciones, asociaciones, corporaciones, entre otras, con la cual adquieren su personería jurídica.
- Registro Único de Proponentes: Inscripción de las personas naturales y jurídicas que aspiran a celebrar contratos con las entidades estatales. El certificado de proponentes constituye una prueba de los requisitos habilitantes que informa el proponente.
- Registro de las Entidades del sector solidario: Inscripción de las pre-cooperativas, cooperativas, fondos de empleados, asociaciones mutuales y de los actos y documentos que la ley ordena.
- Registro de los vendedores de juegos de suerte y azar: Anotación que lleva el registro de las personas naturales y jurídicas dedicadas a esta actividad.
- Registro de las veedurías ciudadanas.
- Inscripción de la constitución de las veedurías y de sus órganos de dirección y administración.
- Registro Nacional de Turismo.
- Inscripción, actualización y cancelación de los prestadores de servicios turísticos (hoteles, viviendas turísticas, guías de turismo, etc.), cuya certificación los avala para realizar la actividad.
- Registro Único de Operadores de Libranza.
- Asignación de un código que identifica a la persona jurídica que realiza préstamos ofrece servicios, a través de libranza a sus asociados, empleados o afiliados. La atención en el área registral tiene a su vez protocolos de atención muy a la medida del rol de cada colaborador de esta área.

### CAE y VUE

Espacios a través de los cuales se brinda asesoría integral al emprendedor y empresario para la creación de empresa, así como la interacción y comunicación entre todas las entidades que intervienen en el proceso. Estos servicios manejan puntualmente protocolos de atención.

### Corresponsal cameral

Estrategia de corresponsalía en 31 municipios del Huila, donde la Cámara de Comercio del Huila no tiene presencia directa. Con el CORRESPONSAL CAMERAL se garantiza cobertura en la prestación de nuestros servicios registrales: renovaciones y certificados virtuales, en principio, y también un vínculo de cercanía con nuestros clientes.

Código	Fecha	Versión
GCA-PO-02	09/04/2021	4

## Fortalecimiento Empresarial

El Departamento de Fortalecimiento Empresarial tiene como objetivo propiciar espacios y oportunidades para que los comerciantes de la región, afiliados, asociaciones y demás grupos de interés, mejoren su productividad mediante el desarrollo y la participación en proyectos, eventos, misiones empresariales, ruedas de negocios y programas de formación continua y especializada, generando en ellos capacidades y habilidades gerenciales, comerciales, administrativas y de liderazgo, entre otras.

- Capacitaciones y procesos de formación sin costo.
- Formación especializada con universidades acreditadas en alta calidad y de prestigio de la región y el país.
- Programas de formación a la medida de los empresarios (Formación continua / Formación especializada por sectores económicos).
- Ruedas de negocios, ferias, eventos y muestras comerciales.
- Comercialización de información con valor agregado y suministro de información del registro público.
- Cápsulas empresariales
- Fidelización de la base gremial de la Cámara de Comercio del Huila.

## Servicios especializados

Consultorías: Ayudamos al sector empresarial de la región a construir valor en sus empresas.

- Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:15
- Diseño y/o implementación del sistema de gestión seguridad y salud en el Trabajo
- Búsqueda de patentes
- Búsqueda de marcas
- Diseño de marcas
- Formulación de proyectos
- Vigilancia tecnológica
- Estudios prospectivos
- Planeación estratégica

## Centro de Conciliación, Arbitraje y Amigable Composición

Con el propósito de mejorar la calidad de vida de la comunidad y propender por una cultura ciudadana basada en el diálogo, la comunicación, el respeto y la solución pacífica de conflictos, cuenta con un Centro de Conciliación, Arbitraje y Amigable composición, donde se resuelven controversias de tipo civil, comercial y de familia de manera ágil, especializada y con plenos efectos legales, mediante mecanismos alternos a la justicia ordinaria.

- Conciliación.

Código	Fecha	Versión
GCA-PO-02	09/04/2021	4

- Trámites de insolvencia para personas naturales no comerciantes.
- Arbitraje.
- Amigable composición.
- Procedimiento de recuperación empresarial – PRES.
- Ejecución especial de garantías mobiliarias.
- Jornadas especiales de descuento.
- Formación en MASC (Métodos Alternativos de Solución de Conflictos).
- Jornadas gratuitas de acceso a la justicia.

### Desarrollo Regional – RSC

Desde la Presidencia Ejecutiva, en cabeza de su Presidente, se realiza el monitoreo de las condiciones del entorno del país y la región, se generan escenarios con los actores claves para la discusión de problemáticas y necesidades regionales, se defienden los intereses de los comerciantes y empresarios para que puedan trabajar en un buen ambiente de negocios generando el desarrollo económico y social esperado.

Es así como de la mano de los gobiernos locales, regionales, y la institucionalidad, la Presidencia abanderará temas como la gestión del desarrollo de proyectos de infraestructura vial y aérea, importantes para la conectividad del Huila con el resto del país.

Así mismo, contribuimos con acciones claras generando valor social en la región, a través del desarrollo de programas como Healing The Children, actividad de inclusión social, quizás la más grande del sur colombiano, y que por más de 27 años consecutivos se ha mantenido en el tiempo.

- Foros, conversatorios empresariales y de opinión
- Mesas temáticas gremiales
- Programa Concejo y Asamblea Visible.
- Apoyo a Bancos de Alimentos del Huila.
- Apoyo proyectos Zomac
- Impulso Sociedades BIC
- Inclusión financiera-programas de género

### Competitividad Emprendimiento e Innovación

El Departamento participa activamente en los diferentes escenarios que trabajan por la competitividad del Huila, con el fin de monitorear, evaluar, dar recomendaciones y ejecutar las acciones que nos permitan avanzar en algunas o todas las dimensiones clave de la competitividad. Para ello, realiza un trabajo articulado con las instituciones públicas y privadas, academia, gremios y empresarios, del orden regional y nacional. Así mismo, promueve las apuestas productivas del Huila, fomenta la atracción de inversión, formula proyectos de alto impacto para los empresarios y la región, impulsa los procesos de innovación en los sectores económicos, acompaña a los

Código	Fecha	Versión
GCA-PO-02	09/04/2021	4

empresarios en los procesos de exportación e importaciones y ejerce la secretaría Técnica privada de la Comisión Regional de Competitividad, entre otras acciones.

- Innovación y propiedad Industrial.
- Internacionalización.
- Emprendimiento y empresarismo
- Proyectos estratégicos apuestas productivas del Dpto.
- Proyectos con aliados
- Seguimiento a indicadores de competitividad.
- CRCI (Comisión Regional de Competitividad e Innovación)
- Estudios económicos.

### Medición de Satisfacción y favorabilidad

Dentro del compromiso de mantener una retroalimentación permanente con nuestros usuarios y clientes, y tener una mejora continua, realizamos mediciones de satisfacción luego de prestado el servicio, y semestralmente, desde el nivel estratégico se realiza una medición para validar pertinencia y utilidad de nuestros servicios en los empresarios y nivel de confianza que le genera la Entidad.