



¿Necesita conocer una herramienta que le ayude a fortalecer su unidad productiva?

Acérquese a nuestra oficina del Centro de Información Empresarial, y conozca nuestro Portafolio de Servicios.

En nuestras Redes Sociales le mantendremos informado sobre eventos, capacitaciones y beneficios.



@ccvalledupar



@ccvalledupar



Cámara de Comercio de Valledupar

Afiliados CCV

Creemos juntos

Cámara de Comercio de Valledupar

Año 2017

Edición 6

Boletín Informativo

Valledupar - Cesar

Mensual - Enero

Circulación gratuita

1.000 ejemplares



Entérese

1 Competitividad

2 Productividad

3 Tecnología



Nada como empezar el **2017** siendo tú aliado.

¡Eres nuestra motor!

La mejor herramienta para impulsar el turismo en nuestra región.



A. afiliados **CCV**
Creemos juntos

Junta Directiva 2014 - 2018

Leodavis Rojas Quintero
Presidente

Gustavo Gnecco Oñate
Primer Vicepresidente

Himel Rivero Zuleta
Segundo Vicepresidente

Representantes por el Comercio

Principales:

Leodavis Rojas Quintero
Jose Saúl Díaz

Himel Rivero Zuleta
Eleuteria Hernandez Jaimes

Suplentes:

Maria Helena Holguín Pulgarín
Aliris Arteaga Yoza
Eugenio Castañeda Cuello

Representantes por el Gobierno Nacional

Principales:

Gustavo Gnecco Oñate
Fabio Méndez Vanegas

Suplentes:

Héctor Onofre Santana Durán
Emin Alfonso Durán Gelvis

José Luis Urón Márquez
Presidente Ejecutivo

Edgar Rincón Castilla
Vicepresidente Ejecutivo

Adriana Navarro
Promotora de Afiliados

Edición N° 6

Diseño

Jean Carlos De La Cruz Rodriguez

Diagramación

Dennys Beatriz Ochoa De La Cruz

Redacción

Julio Rafael Barranco Godoy
Andrea Carolina Herrera

Corrección de estilo

Stella Durán Escalona

Contacto

cvalledupar@edatel.net.co

A través del encadenamiento de todo el sector productivo del turismo con los diferentes actores público - privados, la Cámara de comercio de Valledupar ha venido impulsado el clúster de turismo cultural de la región.

Con proyectos y procesos trazados desde la mesa de turismo departamental, se trabaja articuladamente para impulsar el desarrollo de este importante activo del Cesar, demostrando que este es un reglón económico que puede ofrecernos un mejor posicionamiento como departamento.

Nuestra entidad, a través del clúster de turismo, apoya al gremio en la actividad de oferta, demanda y capacitación, venta de servicios y productos turísticos relacionados con los aspectos culturales, costumbres y tradiciones de la región.

El clúster busca propiciar, para nuestros afiliados que se encuentran en esta cadena productiva, la integración gremial de todos los prestadores de servicios turísticos, entre los que se encuentran: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, aerolíneas, transporte terrestre, etc. La idea es crear alianzas y estrategias para trabajar articuladamente y fortalecer este sector de la economía.



¿Cómo me puedo beneficiar?

Si usted es prestador de servicios turísticos, o tiene alguna empresa relacionada con el sector, puede hacer parte de las diferentes jornadas de capacitación en temas relacionados con la normatividad, formalización turística empresarial, atención al cliente, entre otros. También, hacer parte de las diferentes actividades y procesos que llevamos a cabo, tales como ruedas de negocios, ferias empresariales, ferias y exposiciones entre otros.

¿Cómo puedo contactarlos?



Usted puede registrarse a través de la página web de la Cámara de Comercio de Valledupar www.cvalledupar.org.co, de igual manera puede escribirnos al correo electrónico turismo@cvalledupar.org.co o enviarnos un mensaje a través de twitter a la cuenta: iniciativa folklore o cvalledupar.

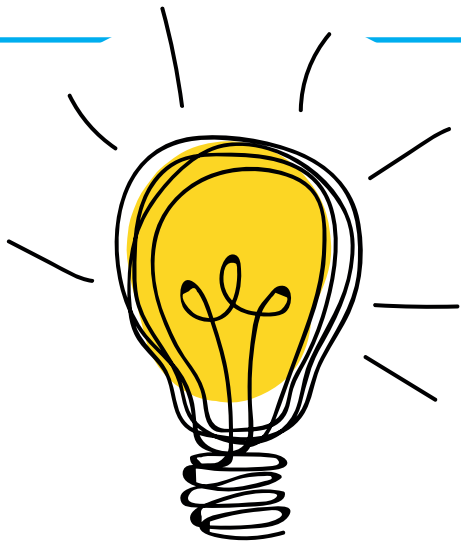
ALDEA :

un programa creado para financiar tus ideas emprendedoras

3

Competitividad

Crezcemos juntos



Buscando construir una comunidad de empresarios y emprendedores que tengan la oportunidad de fortalecer sus ideas de negocio, y encuentren financiación para crear sus unidades productivas, iNNpulsa Colombia creó el programa ALDEA, mediante el cual, los empresarios podrán contactarse con mentores, asesores, inversionistas y entidades financieras, en la plataforma virtual <http://aldeainnpulsa.com> y superar todas las barreras del mercado actual.

ALDEA busca dinamizar los entornos regionales de innovación y emprendimiento, para que los emprendedores alcancen el máximo potencial de sus empresas, a través de una red donde obtengan conexiones claves.

Este programa fue creado para los empresarios y emprendedores que cumplan con los siguientes requisitos:

1) Un producto (bien o servicio) con:

a. Un diferencial para el mercado

b. Validado comercialmente, es decir, cuenta con ventas, es producto del desarrollo conjunto con un potencial cliente o tiene usuarios que probaron o han probado el producto.

2) Un equipo de trabajo.

3) Un mercado identificado en el que tenga potencial de escalamiento comercial.

ALDEA invita asumir con cuatro retos, en los cuales los emprendedores, recibirán una serie de beneficios, cada vez que avancen un escalón del proceso. En el primer reto "Conozcámonos", se entrega un reporte de cómo se encuentra la compañía en los aspectos financieros, comerciales, productivos, administrativos y de gestión humana.

Además, se tiene acceso a cursos en línea y/o reuniones con mentores aliados, que hacen parte del Club de los Mejores de iNNpulsa Colombia.

Si continúa al segundo reto, "Conversa con expertos", tendrá la oportunidad de conversar con expertos (uno en inversión, otro sectorial y un tercero en desarrollo de negocios), y si estará preparado para el tercer reto. Se les hará



entrega de la Llave de Acceso, con la cual podrá acceder a servicios especializados con Asesores habilitados previamente por iNNpulsa Colombia.

Y en el último reto, "Levantemos capital", ya los emprendedores estarán preparados para recibir recursos para apalancar su crecimiento, y obtendrán apoyo dirigido a identificar sus necesidades de financiación y, a través de un análisis, iNNpulsa Colombia o quien ésta determine, identificará y recomendará las posibles fuentes de recursos más apropiadas, de acuerdo con su estructura financiera y estrategia de crecimiento.



Por: Andrea C. Herrera
Comunicador Social

La reputación: clave de toda empresa para su reconocimiento



Construyendo Integralmente el buen nombre

Suele ser confundida con otros conceptos y lejos del interés comercial, tiene que ver con la imagen que un mercado tiene de la empresa, marca o persona.

La reputación es uno de los temas que más debería preocupar y trabajarse actualmente en las empresas de todo el mundo, de todos los sectores y de cualquier tamaño.

Esto significa que no es un asunto que se limita a grandes compañías de marcas famosas, pues de alguna manera y de acuerdo con la proporción del mercado, es finalmente la que determina la credibilidad ante la opinión pública y los mismos consumidores, sin importar si esta es pequeña o grande, famosa o algo más local, lo cual debe llevar entonces a comprender que no es lo mismo que la fama, no tiene que

ver con el grado de importancia en una escala del mercado y no depende, como todavía se cree, de la cantidad de publicidad o estrategias de mercadeo que se inviertan para darse a conocer a otros.

Si bien es cierto, todo lo anterior está ligado, debe comprenderse que la reputación es la imagen buena o mala que se tiene de una organización, marca o persona y no hay términos medios para ella: es buena o mala, así las cosas, se tiene una excelente reputación o no se tiene y de esos factores que la forjan o la destruyen, es que me ocuparé en las próximas líneas.

En primer lugar, la reputación es un proceso de construcción coherente que lleva tiempo y esfuerzo pues, no se puede estructurar de la noche a la mañana ya que requiere en términos, de la promesa básica de un mercado, cumplir con aquello que su objeto propone hacia otros, generando valores para el cliente principalmente, pero sin olvidar que quienes no lo son también ayudan a establecerla, más si se tiene en cuenta que estamos en un contexto donde la información vuela velozmente y la más mínima acción se cuela por las redes y los canales de comunicación que facilita la internet.



Segundo lugar partiendo del anterior, dicha coherencia debe procurarse en torno al talento humano que compone a una institución. Sean dos mil personas o solo tres quienes trabajen para un negocio o marca, son estos los directos responsables de la reputación y son los encargados de trasmitirla a todos los niveles de relación que existan en el entorno.

Por eso, de nada sirve el trabajo costoso que implica una estrategia comercial o de comunicación, si en lo cotidiano las personas perciben a esa compañía o lugar de una forma negativa.

Un tercer punto a considerar, en cuanto al manejo de la reputación, tiene que ver con la comunicación que se establece con clientes y quienes no lo son. Es lamentable ver cómo existen organizaciones que aún funcionan en épocas pasadas, que no invierten en canales de información, apenas obvios, como una buena página web que brinde lo mínimo, un correo electrónico que de verdad se use y que responda a cada una de las personas que escriben, líneas telefónicas que proporcionen información, redes sociales que se actualicen constantemente e interactúen con las personas, puntos de atención directa que sean eficientes y ante todo, personal dispuesto a brindar un acompañamiento real a quien está del otro lado.

Para finalizar, quiero advertir que la reputación es un asunto integral, todo lo anteriormente expuesto no puede trabajarse independientemente, debe ser el resultado conjunto de todas estas variables y debe responder a las necesidades de quienes son su razón de ser.

Por el momento, dejo esta reflexión para usted señor empresario y haré en otra entrega el desglose de otros puntos importantes que se relacionan con la reputación:

construcción de marca o branding, relaciones públicas y promoción orientada al fortalecimiento de la imagen en el mercado.

Por: Luisa Fernanda Ramírez Sánchez
Comunicadora Social y consultora en
marketing corporativo



4 FORTALEZCA en su empresa la cultura de un servicio eficaz al cliente

Productividad

Creemos juntos

Establecer un modelo de calidad en el servicio y atención al cliente es una estrategia de mercadeo, que le dará ventajas diferenciales, para incrementar sus ventas.



¿Qué es un cliente? Se considera cliente a toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto o servicio, cualquiera que sea su naturaleza, para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial, cuando no esté ligada, intrínsecamente, a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor, usuario.



Es decir, que, según la definición de este término, aunque hay algunas personas que tienen un espíritu emprendedor o empresarial, todos los seres humanos, en muchos momentos de la vida, somos clientes potenciales o ya fidelizados, en una o varias marcas establecidas en el mercado.

Imagínese, por un instante, ¿De qué forma le gustaría que lo recibieran al momento de realizar la compra del automóvil de su preferencia? Lo más lógico es que responda, a su imaginación, con un mensaje espontáneo, amable y bastante motivador en el ámbito de la observancia de la ética, la moral y hasta los protocolos de las reglas de urbanidad.

Esto es una realidad contante. Por ello, le damos a conocer algunas técnicas para ponerlas en práctica, a la hora de asesorar al cliente, acerca de las características de su producto:

Técnicas que le permitirán brindar un **servicio eficaz al cliente.**

Tips para sacarle partido a las llamadas telefónicas:

1. Presentarse
2. Adoptar una postura corporal poco rígida y cuidar el contacto visual Escuchar atentamente
3. Informar a nuestro interlocutor
4. Expresar un comentario amistoso.
5. Resaltar los beneficios:
6. Formular una pregunta. Superar las objeciones
7. Intentar un cierre de prueba
8. Solicitar un compromiso

Tener la voz clara. No carraspear y beber agua antes de llamar.

Hablar en tono natural. Antes de realizar la llamada debe ejercitar su acentuación, a través de la correcta pronunciación de las palabras.

Cuidar el ritmo al hablar, ya que hablar demasiado de prisa podría dar la impresión de hacer uso del defecto de charlatán.

Las emociones son fundamentales puesto que se transmiten por el cable del teléfono, junto con la voz, manifestando confianza y un estilo muy profesional.

Por: Dennis Ochoa De La Cruz
Comunicador Social

El emprendimiento también es protagonista en *Codazzi, Cesar*

Con más de 10 años de afiliación a la CCV Jairo Gómez Núñez, demuestra que los sueños familiares se pueden lograr y demuestra además que las apuestas productivas en el Cesar, son cada día mejores.

“**Merca Ya**” es el nombre del negocio familiar de los Gómez Rodríguez, el cual a través de los años ha crecido y cuenta con tres sucursales en el municipio de Codazzi.

La motivación familiar para crear esta empresa, fue el impulso para posicionarla dentro del municipio, convirtiendo este Supermercado en uno de los más influyentes y con mejores precios del sector.



Hace parte de nuestra red de afiliados desde el año 2005 y desde entonces ha recibido diversos beneficios que lo han ayudado a consolidar y proyectarse dentro de la comunidad.

La Cámara de Comercio ofrece apoyo constante a sus afiliados, buscando que estos crezcan y desarrollen su economía, aportando su grano de arena en el desarrollo del Cesar y de esta manera, también, aportan al tejido social que hemos estado construyendo.

“Merca Ya” es un claro ejemplo de esfuerzo y constancia, dentro de la comunidad codacense, donde sus propietarios Jairo Gómez, Yesenia Rodríguez y David Rodríguez demuestran a su comunidad que vale la pena emprender y aportar a la economía de su región.

La Cámara de Comercio de Valledupar como entidad, está comprometida con nuestros empresarios y comerciantes a ofrecerles el mejor apoyo y servicio, para acompañarlos su desarrollo y crecimiento empresarial.

“**Merca Ya**”, es hoy un referente, el cual, vale la pena tener como ejemplo para motivarse a emprender y hacer parte de la familia de Afiados CCV: ¡Una manera de crecer juntos!



Por: Julio Barranco Godoy
Comunicador Social y periodista.

Conozca las ventajas de tener una alta dosis de *motivación* al momento de emprender:

7

Desarrolla tu creatividad

1. Puede ampliar sustancialmente su creatividad y ser más innovador en cualquier actividad o cualquier situación.
2. Puede anticipar el futuro y así expandir su capacidad para responder a cambios o dificultades.
3. Puede encontrar más y mejores soluciones a cualquier reto que deba encarar, cualquiera que sea su complejidad.
4. Puede aumentar su sensibilidad para poder detectar oportunidades, donde otros no las ven.
5. Puede mejorar su comunicación personal y el proceso de venta de sus ideas o proyectos.



¿Qué le parece estas ventajas?
 Recuerde que las oportunidades son como amaneceres: si espera demasiado, las pierde.



Creemos juntos



Sopa de letras

1. Herramientas
2. Afiliados
3. Cliente
4. Éxito
5. Actitud
6. Comerciante
7. Estrategias
8. Conocimiento
9. Objetivos
10. Liderazgo

A	N	C	V	B	E	N	K	V	S	Y	H	O	L	X	P	T	U	T	H
C	L	K	P	R	E	T	N	A	I	C	R	E	M	O	C	U	N	J	E
T	K	I	W	J	C	P	B	S	C	B	I	X	N	J	L	E	C	M	R
I	P	D	Z	L	O	Y	N	Z	R	N	K	S	C	N	I	R	S	B	R
T	R	H	B	L	N	T	M	I	B	L	O	C	S	M	E	K	N	O	A
U	Q	F	C	I	O	G	U	C	V	T	W	M	A	H	N	Q	L	T	M
D	S	M	D	Q	C	O	X	J	I	D	B	R	F	G	T	M	G	R	I
I	P	B	F	S	I	R	B	X	S	M	E	U	I	C	P	L	Z	U	E
T	S	V	G	N	M	K	E	P	Y	H	L	Q	L	Y	L	Ñ	K	P	N
L	O	A	O	P	I	H	F	R	M	O	C	E	I	P	V	D	N	L	T
D	V	O	R	M	E	E	F	H	L	I	S	G	A	Y	K	G	M	Z	A
F	I	U	C	P	N	P	V	K	X	E	A	V	D	R	W	P	W	L	S
S	T	W	U	A	T	C	V	B	N	P	P	W	O	S	A	I	K	O	L
X	E	T	Y	H	O	M	Y	H	P	K	I	P	S	U	L	C	H	N	M
V	J	X	I	D	P	Z	S	C	N	V	Y	K	E	T	N	E	I	L	C
J	B	S	X	B	E	S	T	R	A	T	E	G	I	A	S	I	O	U	T
H	O	P	R	Z	M	S	J	L	I	D	E	R	A	Z	G	O	E	A	P

Escriba aquí tres *ideas* para ampliar *oportunidades de negocio*

- 1)
- 2)
- 3)



5 Tendencias Empresariales del 2017

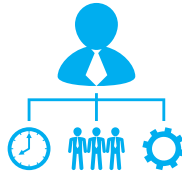
Los negocios cambian a pasos agigantados. Cambios tecnológicos, cambios generacionales... Cualquier excusa es buena para evolucionar en el mundo empresarial. En este contexto, te contamos cuáles son las tendencias que triunfarán en este 2017, según las predicciones de los expertos en desarrollo e innovación empresarial.



Conexión de clientes

La conexión de valor entre clientes, recompensa a las empresas en cuanto crea buenas relaciones y proporciona resultados. Algunos buenos ejemplos de ello son las empresas como Uber o Facebook. La primera es líder en transporte y sin embargo, no tienen ni una flota de coches. Facebook, por su parte, es el máximo exponente de conexión entre personas.

Refuerzo de habilidades para crear liderazgo y motivación



En vez de intentar crear líderes en serie, a través de formación rígida, las empresas tratarán de reforzar el talento natural de los empleados y adaptar su forma de ser al liderazgo. Los expertos en liderazgo consideran que los empleados son más productivos cuando están comprometidos, por eso "hay que darles la oportunidad de utilizar sus fortalezas en el trabajo cada día, a fin de que se comprometan.

Marketing de contenidos



La publicidad tradicional ya no lo es todo para conseguir clientes potenciales y ventas. Las redes sociales han conseguido que los clientes ya no sólo se fijen en el producto, sino en la marca en su conjunto, por lo que el marketing de contenido será clave en este nuevo año. Aportar valor a los productos a través de contenidos útiles para los usuarios, será una de las acciones más exitosas para posicionar marcas y empresas.



Mentoring y teletrabajo

Las empresas utilizarán cada vez más, técnicas de teletrabajo, lo que favorecerá el compromiso con la tecnología y la enseñanza, supervisión y tutorización de algunos empleados. El desarrollo de carrera estará a la orden del día. Las nuevas tecnologías y la flexibilidad del teletrabajo atraen a los millennials y constituyen una buena forma de crear compromiso por parte de los empleados.

Mejora de la atención al cliente



Las nuevas tendencias, en torno a la cultura de empresa, girarán en torno a la fidelización y el mejor trato al cliente. Los clientes son todo y las empresas comienzan a ser cada vez más conscientes de ello, por eso invertirán sus esfuerzos en crear culturas corporativas en las que el buen trato a los clientes primer por encima de casi todo. No perder clientes y hacer que estos hablen bien a otros, para atraerlos a la empresa, será el fin de esta nueva tendencia.

Por: Juan Miguel Herrera Medina
Ing. Financiera
CCV Asistente de Investigación

RENOVAR SU MATRÍCULA MERCANTIL

a tiempo, es sinónimo de compromiso y lealtad.

¡Que renovar y ser legal esté dentro de sus metas empresariales para el 2017!

Recuerde

que hasta el 31 de marzo de 2017 tiene plazo para renovar sus Registros Públicos, y hasta el 7 de abril sus Registros Únicos de Proponentes.