



INFORME DE GESTIÓN

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2025

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	2
FOMENTO Y ESTRATEGIA DE REINDUSTRIALIZACIÓN Y SOSTENIBILIDAD	3
FORTALECIMIENTO DEL TEJIDO EMPRESARIAL Y DE LA ECONOMÍA POPULAR.....	15
FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL CCB	27
NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS Y SERVICIOS.....	39
FORTALECIMIENTO DE FILIALES	43
IMPULSAR EL USO DE LA INFORMACIÓN Y LA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO.....	46
FORTALECIMIENTO PATRIMONIAL 2025	52
GOBIERNO CORPORATIVO	53
ACONTECIMIENTOS IMPORTANTES DESPUÉS DEL EJERCICIO.....	54

INTRODUCCIÓN

El año 2025 marcó un periodo importante para la Cámara de Comercio de Bogotá, consolidando un ciclo de gestión caracterizado por el compromiso, la acción decidida y el cumplimiento riguroso del plan de acción. A lo largo de este periodo, se materializaron apuestas transformadoras orientadas al desarrollo productivo, la competitividad empresarial y el bienestar colectivo de Bogotá y los 58 municipios de Cundinamarca que forman parte de la jurisdicción de la CCB.

La gestión de la CCB en 2025 evidenció una entidad dinámica, cercana al empresariado y profundamente conectada con los desafíos y oportunidades del entorno. Con visión de futuro, se avanzó en la reindustrialización, la transición hacia una economía basada en el conocimiento y la tecnología, el fortalecimiento del tejido empresarial —desde la economía popular hasta empresas en etapa de expansión— y la sofisticación productiva e internacionalización.

La articulación con actores públicos, privados, académicos y comunitarios permitió consolidar plataformas de innovación, clústeres estratégicos, espacios de conexión comercial y programas robustos de formación, empleabilidad, formalización y acceso a oportunidades económicas. De manera paralela, se fortaleció la presencia territorial y sectorial de la entidad, ampliando rutas de acompañamiento y expandiendo el alcance de los servicios.

Internamente, la CCB profundizó su transformación institucional, avanzando en procesos de modernización tecnológica, analítica avanzada, inteligencia artificial, ciberseguridad, fortalecimiento del gobierno de datos y consolidación del modelo de sostenibilidad y valor compartido. Todo ello ha permitido una atención más ágil, una infraestructura más sólida y una entidad preparada para responder con excelencia a los retos del presente y del futuro.

El informe que se presenta a continuación recoge los principales logros, resultados e hitos de la gestión. Cada línea estratégica desarrollada es reflejo del esfuerzo colectivo por construir una sociedad más próspera, equitativa y con mayores oportunidades para todos.

FOMENTO Y ESTRATEGIA DE REINDUSTRIALIZACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

Durante el 2025, la Cámara de Comercio de Bogotá consolidó su liderazgo en la transformación productiva de Bogotá y Cundinamarca, impulsando iniciativas innovadoras que articularon el desarrollo industrial, la sostenibilidad y la innovación tecnológica como ejes fundamentales del crecimiento económico regional. Bajo este foco estratégico de Fomento y Estrategia de Reindustrialización y Sostenibilidad, la entidad fortaleció su papel como catalizador de capacidades empresariales, facilitador de nuevas oportunidades de mercado y articulador de alianzas público-privadas y académicas orientadas a acelerar la reindustrialización con enfoque territorial, ambiental e inclusivo.

La gestión realizada permitió avanzar en apuestas emblemáticas como la construcción del Campus de Ciencia, Tecnología e Innovación 2600 Campus, la apertura del Centro de Innovación Bogotá, la expansión de los Centros de Reindustrialización Zasca (CRZasca) en sectores productivos clave y el robustecimiento de rutas de internacionalización para bienes y servicios de valor agregado. Estas iniciativas se desarrollaron de forma integral con plataformas digitales, programas de formación, clústeres sectoriales y esquemas de cooperación internacional que fortalecieron la competitividad de más de 10.000 unidades productivas.

Al mismo tiempo, se consolidaron redes de trabajo colaborativo entre empresas, gobiernos, academia y organizaciones sociales, promoviendo encadenamientos productivos, prácticas sostenibles, innovación aplicada y acceso a mercados internacionales. Las acciones desplegadas no solo evidencian el cumplimiento del plan estratégico, sino que posicionan a la CCB como un referente nacional en políticas de reindustrialización con impacto regional y enfoque en sostenibilidad, equidad e inclusión productiva.

Los resultados que se presentan a continuación muestran de manera concreta el compromiso institucional de la Cámara de Comercio de Bogotá con la dinamización del aparato productivo, la sofisticación de la oferta empresarial, el cierre de brechas estructurales y la transición hacia una economía resiliente, baja en carbono y generadora de valor compartido. A través de indicadores clave y logros estratégicos, se refleja no solo la efectividad de las acciones ejecutadas en el marco de este foco, sino también la solidez de una gestión que sienta las bases para los desafíos y prioridades de 2026, con miras a consolidar y escalar los avances alcanzados.

INDICADORES

En 2025, la gestión relacionada con el foco de Fomento y Estrategia de Reindustrialización y Sostenibilidad superó ampliamente las metas trazadas, con resultados destacados en oportunidades comerciales (112%), acompañamiento a empresas (131%) y fortalecimiento en conducta empresarial responsable (188%). Se avanzó en generación de conocimiento, articulación sectorial e internacionalización, y se movilizaron más de \$4.800 millones en recursos para empresas y proyectos. Estos logros reflejan una ejecución efectiva, con impacto tangible en el tejido productivo y una base sólida para los desafíos estratégicos de 2026.

INDICADOR	FRECUENCIA	META 2025	RESULTADO	% CUMP.
Beneficiados de los servicios de reindustrialización y sostenibilidad ¹	Mensual	97.886	96.632	98,72%
Oportunidades Comerciales – Enlaces de Negocios ²	Mensual	130.000	145.966	112,28%
Empresas y emprendedores beneficiados a profundidad para la reindustrialización ³	Mensual	22.410	29.546	131,84%
Empresas y/o unidades productivas acompañadas en Conducta Empresarial Responsable ⁴	Trimestral	2.000	3.770	188,50%

INDICADOR	FRECUENCIA	META 2025	RESULTADO	% CUMP.
Espacios de incidencia y/o articulación para el fomento y estrategia de reindustrialización ⁵	Trimestral	192	253	131,77%
Elaboración y emisión de estudios, encuestas, investigaciones respecto a temas relevantes de Bogotá y la Región ⁶	Trimestral	255	258	101,18%
Consecución de recursos de cooperación (recursos financieros y técnicos de agencias de cooperación, ONG y otros aliados) ⁷	Trimestral	\$ 3.500	\$ 3.009	85,97%
Recursos obtenidos por los emprendedores y empresas (en convocatorias de recursos de cooperación) ⁸	Trimestral	\$ 1.650	\$ 1.813	109,88%
Número de miembros del círculo de Amigos del CTIB ⁹	Semestral	100	100	100,00%
Lanzamiento de retos de innovación abierta ¹⁰	Semestral	4	4	100,00%

- El resultado refleja la implementación articulada de servicios de reindustrialización y sostenibilidad, la ampliación de la cobertura y la consolidación de alianzas estratégicas. No obstante, el indicador no alcanzó la meta debido a ajustes en los cronogramas de implementación de algunos ciclos focalizados y a una menor demanda de servicios –especialmente en los sectores de moda y multisectorial-, lo que impactó la ejecución de las acciones previstas.
- Enlaces de Negocios fortaleció su impacto comercial mediante la realización de más de 22 ruedas de negocio y la optimización de su plataforma digital, lo que permitió incrementar el tráfico orgánico y reducir el costo por acción (CPA), apalancado en ajustes de comunicación y en nuevas estrategias como el uso de LinkedIn.
- El indicador superó la meta como resultado de estrategias orientadas a fortalecer la retención de usuarios y su acceso integral al portafolio de servicios, mediante rutas metodológicas más eficientes, jornadas de asesoría concentradas y ciclos de mediana duración. Iniciativas como Empresas en Trayectoria MEGA, ZASCA y ferias territoriales consolidaron relaciones de valor con los empresarios. Si bien se presentaron ajustes y demoras en algunos procesos, su impacto fue mitigado mediante la diversificación de canales y la articulación interinstitucional.
- El indicador superó la meta como resultado de estrategias de convocatoria efectivas y del trabajo articulado con aliados estratégicos, lo que permitió ampliar la cobertura del servicio.
- En 2025, la meta fue superada a partir de: (i) la participación activa en los consejos locales de diversas localidades de Bogotá; (ii) la generación de espacios de articulación para la simplificación de trámites con el INVIMA y entidades del Distrito; (iii) la coordinación de acciones en tres proyectos estratégicos priorizados (InvimÁgil, Trámites POT y Formato Único Nacional – FUN); y (iv) el apoyo a las actividades empresariales de los municipios de la jurisdicción, en el marco del trabajo regional del Plan Integral de Cundinamarca.
- La meta del periodo se cumplió como resultado del trabajo articulado, lo que permitió avanzar en el posicionamiento de la CCB como generadora de conocimiento estratégico en temas de interés regional y general que contribuyen al desarrollo de Bogotá–Cundinamarca.
- El recurso apalancado se obtuvo mediante cooperación técnica, con 11 becarios de Global Training y Becas América, un curso internacional SIPPO y 5 becas presenciales en Japón, Israel y Taiwán, que beneficiaron a 10 colaboradores. Adicionalmente, se gestionaron recursos de cooperación financiera asociados a proyectos como AL Invest Verde Economía Circular, AL Invest Verde Moda, Alprode Erasmus y Economía Inclusiva Verde y Competitiva, así como una subvención de la Cámara de Comercio Internacional para la gestión de ICC Colombia. No obstante, la meta no se alcanzó debido a que el pago de una factura a la Unión Europea se realizará en 2026.
- El indicador superó la meta mediante la implementación de acciones orientadas a mejorar la efectividad de las convocatorias, entre ellas: (i) un mejor filtro de las empresas a presentar, soportado en diagnósticos previos; (ii) acompañamiento integral al empresario hasta la presentación de las propuestas; y (iii) seguimiento sistemático a los resultados de las postulaciones.
- Se consolidó la comunidad del CTIB como una red de colaboración interinstitucional que ha impulsado la generación de nuevas oportunidades y el posicionamiento del Campus 2600 como referente nacional e internacional en innovación y conocimiento.
- En el mes de noviembre se inició el desarrollo de cuatro retos de innovación abierta, enfocados en innovación alimentaria con tecnología, gestión de desperdicios alimentarios, energía y eficiencia basada en datos, y economía circular y agua, estableciendo las bases para su desarrollo y escalamiento en la siguiente vigencia.

GRANDES APUESTAS FOCO 1

1. Construir Campus de Ciencia, Tecnología e Innovación

Durante el periodo se inició la fase de construcción del Edificio Sede - Fase 1A- del Campus de Ciencia, Tecnología e Innovación de Bogotá Región – CTIB. Este avance fue marcado simbólicamente con la realización del evento de colocación de la “primera piedra” el 6 de agosto de 2025; paralelamente, se validó el modelo operativo y de negocio correspondiente a esta primera etapa del proyecto.

El fortalecimiento de la identidad del 2600 Campus se consolidó mediante la aprobación del manual de marca y la implementación de una estrategia integral de posicionamiento bajo el concepto inspirador “llega alto”. Entre estas acciones destacadas se encuentran el lanzamiento de la página web oficial (<https://campus2600.com/>), la activación de canales institucionales como LinkedIn, el desarrollo de experiencias de realidad aumentada y la puesta en marcha de la estrategia de video y audio podcast, entre otros recursos. Adicionalmente, se fortaleció una red de más de 100 aliados se puso en marcha la estrategia ‘Campus en Movimiento’, ampliando significativamente el alcance territorial y temático de la iniciativa.

En términos de visibilidad y relacionamiento, 2600 Campus participó en 41 eventos nacionales e internacionales; se consolidaron vínculos con actores internacionales como Acción Catalonia, Plug & Play, 500 Global, el Parque de Innovación de Buenos Aires, el PNUD y la Embajada Británica, además de la participación en el Global Institute on Innovation Districts - GIID; se elaboró un documento de priorización de sectores estratégicos centrado en 4 áreas de enfoque: salud, seguridad alimentaria, transformación digital y economía circular. En el marco del Programa Jóvenes en Ciencia para la Paz en Ciudad Bolívar, se finalizó la etapa de diagnóstico con 34 socializaciones, 313 instrumentos aplicados, 20 talleres con 261 jóvenes, 64 sesiones, se identificaron 5 líneas y 14 sublíneas temáticas, 81 postulaciones de las cuales 50 iniciativas fueron clasificadas en el banco de elegibles.

Finalmente, con el propósito de fortalecer vínculos interinstitucionales para la participación en convocatorias en Proyectos de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTel), se formularon dos proyectos clave: i) “Innovación para el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad y adaptación al cambio climático”, esta iniciativa contempla nodos en Bogotá, Cundinamarca, Nariño, Valle del Cauca, Meta y Casanare, e integra la participación de 27 entidades. El proyecto fue radicado ante MinCiencias en la Convocatoria 37 de 2025; y ii) “Gestión Sostenible de Agua y Suelo: Transferencia de Conocimiento para Empresarios de Bogotá – Región”, orientado a fortalecer el Centro de Innovación de Bogotá como piloto del 2600 Campus, impulsando la transferencia de conocimiento en gestión hídrica y transición energética. Con apoyo de la Unión Europea, expertos especializados liderarán pilotos demostrativos y capacitaciones avanzadas para el sector agroindustrial.

2. Construir Centro de Innovación y Desarrollar Patentes desde el CTIB para el apoyo empresarial

El Centro de Innovación Bogotá, inició operaciones el 17 de junio, consolidándose como un espacio estratégico para el impulso empresarial desde el Campus de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTIB). En esta fase inicial, se habilitaron tres laboratorios con agenda activa, respaldados por una red de 30 aliados estratégicos, entre los que se encuentran instituciones académicas, empresas tecnológicas y asociaciones del ecosistema de innovación.

Durante este periodo, se realizaron **409 actividades** entre eventos, bootcamps y talleres, que contaron con la participación de **5.895 visitantes**. Las temáticas abordadas incluyeron tecnologías emergentes como **Internet de las Cosas (IoT)**, **inteligencia artificial**, **ciberseguridad** y **Agrofoodtech**, orientadas a potenciar la transformación digital y la productividad empresarial en sectores clave.

Adicionalmente, a partir del 15 de noviembre, se dio inicio al diseño y estructuración de **cuatro retos de innovación abierta**, actualmente en fase de definición y parametrización. Estos retos se enfocan en áreas estratégicas con alto potencial de impacto empresarial: i) Innovación alimentaria con tecnología; ii) Gestión de desperdicios alimentarios; iii) Energía: datos que impulsan la eficiencia; iv) Economía circular y agua.

Estas iniciativas consolidan al Centro de Innovación como un nodo clave del 2600 Campus y una plataforma para el desarrollo de soluciones tecnológicas con base en ciencia, tecnología e innovación, en beneficio del tejido empresarial de Bogotá y Cundinamarca.

3. Desarrollar la estrategia de formación y dinamización exportadora en servicios y bienes de valor agregado

La limitada internacionalización de las empresas representa uno de los principales desafíos para el crecimiento económico del país. Por ello, la Cámara de Comercio de Bogotá implementó una estrategia integral para fomentar la actividad exportadora como herramienta de expansión empresarial, fortalecimiento productivo y generación de divisas. Esta estrategia se articula en un modelo de acompañamiento de cuatro etapas progresivas.

La primera etapa de intervención incluye 24 servicios de información disponibles para que los empresarios accedan a conocimiento básico sobre la internacionalización de sus productos o servicios que generaron más de 570 descargas. Además, se ofrecieron 13 cursos con más de 4.790 asistencias y 73 espacios de formación con un total de 1.350 asistentes. En la segunda y tercera etapa se ofrecen herramientas para acceder a un mercado internacional donde se atendieron 350 empresas, las cuales recibieron herramientas para identificar y aprovechar oportunidades de expansión internacional, incluyendo la selección estratégica de un país objetivo con base en sus ventajas y desafíos. Como resultado de estas acciones, en la cuarta etapa, 17 empresas de los sectores de educación, servicios y multisectorial incursionaron en mercados internacionales como Aruba, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Panamá, Perú, República Dominicana y Venezuela, con un total de 21 operaciones exportadoras registradas por un valor superior a **USD 160.392**.

Adicionalmente, como estrategia de internacionalización y acceso a nuevos mercados a través de los clústeres se enfocaron esfuerzos orientados a fortalecer la internacionalización de servicios y bienes de alto valor agregado en los clústeres de Construcción, Energía, Farmacéutico, Impresión y Packaging, Industrias Creativas y de Contenidos, Logística y Movilidad y TEC (Tecnología y Economía del Conocimiento). Esta estrategia articuló formación especializada, acompañamiento técnico, construcción y actualización de catálogos exportables, misiones exploratorias, ruedas de negocio y espacios de conexión internacional, con foco en mercados de alto potencial como México, Perú, Chile, Centroamérica, Canadá y Estados Unidos. En total se caracterizaron y acompañaron de manera directa más de 180 empresas en rutas estructuradas de preparación exportadora, se fortalecieron capacidades de internacionalización en más de 2.000 empresarios a través de talleres y seminarios, y se consolidaron catálogos exportables sectoriales que integran la oferta internacional de más de 130 empresas de servicios especializados y manufacturas de valor agregado.

Como resultado, empresas de los clústeres de Construcción, Energía e Impresión y Packaging avanzaron en la estructuración de portafolios exportables y estrategias de entrada a mercados regionales, mientras que los clústeres de Industrias Creativas y TEC fortalecieron su posicionamiento internacional mediante la participación en ecosistemas globales de innovación, tecnología y contenidos. En conjunto, estas acciones derivaron en más de 350 reuniones de negocio efectivas, más de 150 leads comerciales calificados y más de 30 intenciones de alianza internacional, generadas a través de ruedas de exploración, misiones y participación en ferias y eventos internacionales de alto impacto. De manera particular, en el Clúster Farmacéutico se realizaron 20 diagnósticos regulatorios individuales, se analizaron 10 mercados internacionales y se brindaron más de 200 horas de asesoría especializada, lo que permitió la participación de empresas en ruedas de negocio con más de 100 citas comerciales y una expectativa de ventas superior a \$800 millones.

Por otra parte, en temas de relacionamiento internacional se ejecutaron 80 acciones estratégicas con aliados internacionales, abarcando más de 59 países; estas acciones incluyen colaboraciones con embajadas, cámaras de comercio nacionales e internacionales, organismos internacionales, agencias de cooperación y gobiernos locales, de las cuales, 1.317 empresas se beneficiaron de misiones comerciales; 15 diseñadores de Bogotá, provenientes de San Victorino y Restrepo, participaron en la feria de moda - MOMAD Madrid y en NYFW – FDLA. 4.633 empresas y emprendedores fueron beneficiarios de las 27 jornadas, cumbres internacionales y eventos de relacionamiento internacional.

Se recibieron delegaciones de Montreal, El Salvador, Turquía, Emiratos Árabes, Panamá, Sudáfrica, Brasil, Reino Unido y Estados Unidos, quienes se reunieron con 181 empresas para explorar oportunidades. En las misiones comerciales a Costa Rica, Guatemala, Chile, Perú, República Dominicana y El Salvador, se concretaron 526 citas de negocio, generando expectativas de ventas por USD 16 millones, con una efectividad de los contactos del 93%. Además, 270 empresas tuvieron citas en el marco de la rueda de negocios de la Región Andina con expectativas de negocio por USD 9.2 millones, 244 empresas se beneficiaron de la rueda de negocios Norteamérica con expectativas de negocio por más de USD 20.2 millones y 415 empresas tuvieron citas de negocios con compradores internacionales en la Rueda Internacional de Bogotá y Cundinamarca, con expectativas de negocio de USD 16.3 millones.

De otra parte, la Cumbre Mundial de Mediación Empresarial celebrada en Bogotá, consolidó a la ciudad como referente global en la resolución pacífica de conflictos empresariales; el evento reunió a 228 asistentes de 12 países y contó con la participación de 35 conferencistas internacionales quienes, a través de paneles y mesas de trabajo, destacaron la mediación como una herramienta fundamental para fortalecer la confianza, reducir costos y fomentar relaciones comerciales sostenibles.

En materia de gestión de política internacional – ICC Colombia, recibió el reconocimiento “ICC Star Award” por parte del Consejo Mundial de la Cámara de Comercio Internacional, en reconocimiento a su contribución destacada en todas las áreas de actuación de la ICC durante el periodo 2024 y 2025. En el marco de su gestión, ICC Colombia organizó 50 eventos especializados y 19 sesiones de comisión, que contaron con la participación de 12.818 asistentes y 7.223 clientes únicos. Estas actividades promovieron temas clave como programas de “Propiedad intelectual”, “Integridad empresarial y anticorrupción” y “Comercio exterior seguro”. Adicionalmente, se llevaron a cabo la Cumbre Internacional de Bogotá y Cundinamarca, dos talleres sobre compraventa internacional y tres sesiones regionales en el ámbito de la Iniciativa de Estándares Digitales con la ruta para los negocios Canadá – Colombia. Como resultado de este trabajo se logró la aceptación por parte de la DIAN del nuevo método de verificación para conocimiento de embarque, lo que permite agilizar procesos y reducir costos en el comercio (Memorando 220 del 27 de octubre de 2025). Así mismo, ICC Colombia participó en la construcción de la Guía de Debida Diligencia Anticorrupción para Terceros dirigida a pymes y promovida por la ICC global a través de la iniciativa “One Click”, entre otros. A través de la gestión de cooperación nacional e internacional enfocada en empresarios se publicaron 139 convocatorias logrando 23.927 visitas, se realizaron 27 talleres de formación, 12 asesorías grupales y se postularon 260 proyectos movilizandando \$1.813 millones en recursos de cooperación; con enfoque en programas y proyectos se apalancaron \$3.060 millones en cooperación financiera y técnica y se registraron ingresos en cooperación financiera por \$2.276 millones a través de la ejecución de los proyectos Al Invest Verde y una subvención de la Cámara de Comercio Internacional a la gestión de ICC Colombia y Alprode Erasmus.

4. Desplegar y expandir los ZASCAS

- En alianza con iNNpulsa Colombia, la Cámara de Comercio de Bogotá implementó **10 Centros de Reindustrialización ZASCAS (CRZascas)** en Bogotá y municipios de su jurisdicción, como parte de una estrategia orientada a fortalecer unidades productivas en tres líneas estratégicas: **Manufactura, Agroindustria y Tecnología**. CRZasca Manufactura – Confección 20 de julio: operado por la Sociedad Salesiana. 211 unidades productivas finalizaron la intervención con cuatro importantes logros: 1) Mejora en la organización y gestión de recursos; 2) Implementación de prácticas de eficiencia y sostenibilidad; 3) Uso de redes sociales como herramienta de relacionamiento, divulgación y promoción; y 4) Implementación de procesos de análisis financiero.
- CRZasca Manufactura Confección – Ciudad Bolívar: operado por la Sociedad Salesiana. 118 unidades productivas finalizaron el primer ciclo de intervención y 69 más participan en el segundo ciclo que finaliza

en febrero del 2026. 15 empresas fueron seleccionadas para participar en un curso de Alta Costura, fortaleciendo sus habilidades técnicas y, semanalmente participan en espacios de comercialización.

- CRZasca Manufactura Confección – Suba: operado por la Fundación Misioneros Divina Redención – FUMDIR. 186 completaron la intervención logrando el desarrollo de marca, mejoras en los procesos de producción y en técnicas de patronaje.
- CRZasca Manufactura Confección - Las Cruces: operado por la Organización Convivencia, con 120 unidades productivas que finalizaron el proceso de intervención logrando mejoras en sus procesos de manufactura, estructura de costos, definición de marca y en sus capacidades comerciales.
- CRZasca Agroindustria Lácteo – Chocontá: operado por la Asociación de Productores de Leche de Chocontá. 85 unidades productivas de Chocontá y Villapinzón finalizaron la intervención y la tercera cohorte que finaliza en febrero de 2026 avanza con 42 unidades.
- CRZasca Agroindustria Hortofrutícola – Fusagasugá: operado por el Instituto Superior de Ciencias Sociales y Económico Familiares – ICSEF. 81 unidades productivas finalizaron la intervención mejorando sus prácticas de producción para especializar sus productos y 41 se encuentran en proceso de intervención.
- CRZasca Agroindustria Café – Sumapaz: centro operado por el Comité de Cafeteros. 78 unidades productivas finalizaron la intervención.

Adicionalmente, la CCB opera directamente tres CRZascas en el marco de la estrategia CCBLocal, integrándolos a sus Centros de Experiencia y Transformación como espacios para la dinamización productiva, la apropiación tecnológica y el fortalecimiento empresarial:

- CRZasca Manufactura Calzado – Restrepo: centro operado en conjunto con el SENA (aporte de maquinaria y equipo especializado para la vocación del sector) y la Corporación Industrial Minuto de Dios (aliado prestador para la implementación de la ruta metodológica), cerro con 127 unidades productivas que finalizaron la intervención logrando la construcción de propuestas de valor diferenciadas y el desarrollo de marcas sólidas además de estrategias digitales disruptivas.
- CRZasca Tecnología – Cazucá: cierra el año con 81 unidades activas, 46 en ruta de exploración y 15 de apropiación tecnológica.
- CRZasca Tecnología – Kennedy: cuenta con 169 unidades activas, 93 en ruta de exploración y 76 de apropiación.

5. Evaluar y desarrollar plataformas digitales para la conexión entre oferta y demanda

Con el propósito de cerrar brechas en las cadenas productivas y de comercialización, la Cámara de Comercio de Bogotá implementó la **Plataforma de Enlaces de Negocios**, una herramienta digital diseñada para facilitar la conexión entre empresas a través de espacios de negocios B2B. Durante el año esta plataforma reunió una comunidad de 4.420 empresas, promoviendo encuentros comerciales que facilitaron el contacto directo, citas y ruedas de negocios tanto virtuales como presenciales. En 2025, se vincularon 1.000 nuevas empresas a esta iniciativa, se generaron más de 146.000 oportunidades de contacto, incluyendo 4.652 citas en el marco de 22 ruedas de negocios.

Adicionalmente, en el marco del fortalecimiento de capacidades empresariales, la CCB consolidó su oferta de formación virtual sin costo, disponible desde 2018, a través de formatos prácticos y accesibles como cursos, microcápsulas, colecciones y videos. Este portafolio abarca **152 cursos** distribuidos en **10 ejes temáticos**, con un acumulado de **más de 46.640 asistencias**, contribuyendo al desarrollo de competencias en el tejido empresarial de Bogotá y Cundinamarca.

6. Fomentar la asociatividad y economía solidaria por medio de los clústeres (encadenamientos productivos)

La Cámara de Comercio de Bogotá reconoce el papel estratégico de las asociaciones, fundaciones, cooperativas y demás entidades sin ánimo de lucro en el desarrollo económico y social del territorio. En este sentido, impulsó acciones orientadas al fortalecimiento de la asociatividad y la economía solidaria mediante encadenamientos productivos, formación de líderes y desarrollo de competencias, con el fin de mejorar la productividad, facilitar el acceso a recursos financieros y promover la sostenibilidad de estas organizaciones. Como resultado de este acompañamiento especializado, 597 entidades sin ánimo de lucro se encuentran actualmente vinculadas, agrupando a más de 12.000 asociados. Con estas organizaciones se desarrollaron 1.994 actividades que contaron con la participación de cerca de 7.470 asistentes, fortaleciendo sus capacidades organizacionales, productivas y de articulación con el entorno empresarial.

En paralelo, para impulsar la competitividad de la agroindustria regional, se realizó el Foro “Nación Berries en alianza con Agrilink: punto clave para la agroindustria del arándano en Colombia y Latinoamérica”, evento que reunió a más de 960 asistentes. Este espacio permitió profundizar el conocimiento técnico y comercial del sector, conectando a los principales actores de la agroindustria con una propuesta innovadora y de alto valor. En este espacio se generaron más de 200 citas de negocio para fortalecer las oportunidades comerciales y el posicionamiento de la industria del arándano como un eje estratégico para el desarrollo agroempresarial del país. Igualmente, se realizó en Fusagasugá el Foro Regional Caficultura Sostenible en el Sumapaz, con el propósito de promover la visibilidad, comercialización y posicionamiento de los cafés especiales y tradicionales, así como fortalecer la cadena de valor mediante espacios de conexión entre productores, compradores, consumidores y aliados estratégicos. El evento reunió a más de 150 productores y empresarios de la región, quienes accedieron a contenidos sobre innovación en productos y procesos y consumo responsable. Asimismo, contó con una muestra comercial de 8 stands que amplió las oportunidades de articulación y negocios.

A través del programa Aflora, junto con la Fundación Bolívar Davivienda, se realizó el acompañamiento de 25 organizaciones sociales participantes, con el fin de promover procesos de gestión organizacional e impulsar el desarrollo empresarial y el crecimiento, mediante el fortalecimiento del talento de sus líderes y equipos de trabajo.

A su vez, en el marco de la estrategia de fortalecimiento de los clústeres, se desarrollaron iniciativas de alto impacto para el fomento de la asociatividad, la economía solidaria y la adopción de modelos de producción y consumo sostenible, articulando a los clústeres de Agua y Economía Circular, Construcción, Energía, Impresión y Packaging, Logística y Movilidad y los Clústeres de Moda en una agenda común orientada a la sostenibilidad empresarial y territorial. A través de proyectos interclúster y esquemas de cooperación, se fortalecieron capacidades colectivas, se promovió la conexión entre oferta y demanda de soluciones sostenibles y se impulsó el trabajo colaborativo entre empresas, actores sociales y entidades públicas y de cooperación internacional. Como resultado, más de 1.500 empresas, emprendedores y actores sociales participaron en espacios de formación, acompañamiento y relacionamiento enfocados en eficiencia energética, economía circular, gestión ambiental, logística sostenible y producción responsable.

En este marco, las iniciativas de alto impacto que más se destacan son: la ejecución de proyectos estratégicos como Conectando Soluciones Sostenibles para el Sector Construcción, que integró a los clústeres de Agua y Economía Circular, Energía y Construcción, acompañando a más de 45 empresas en la estructuración de portafolios de valor y la adopción de prácticas sostenibles en la gestión hídrica, energética y de residuos, y dando como resultado la construcción de directorios sectoriales de soluciones sostenibles. Paralelamente, se fortaleció la economía solidaria mediante rutas de formulación de proyectos que beneficiaron a 40 actores sociales, entre acueductos comunitarios y asociaciones de recicladores, con la formulación de 14 proyectos bajo metodologías de marco lógico y MGA, la identificación de 24 fuentes de financiación y la elaboración de cartillas especializadas. De manera complementaria, sectores como Impresión y Packaging y Construcción dinamizaron la sostenibilidad desde el mercado, a través de

ruedas de negocio especializadas que generaron más de 600 citas comerciales, expectativas de negocio superiores a \$1.300 millones y oportunidades internacionales por USD 256.000, mientras se certificaron más de 600 participantes en ciclos de formación técnica y estratégica.

Adicionalmente, los clústeres de Energía y Logística y Movilidad desempeñaron un rol transversal en la transición hacia modelos productivos bajos en carbono, beneficiando a más de 900 empresas en espacios de formación en eficiencia energética y energías renovables, acompañando a 80 empresas en planes de optimización de consumo de energía y agua, y a más de 500 pequeños transportadores y 90 empresas en la adopción de prácticas de eco conducción y logística sostenible. Este esfuerzo se vio fortalecido por la cooperación internacional que permitió gestionar más de \$900 millones para proyectos de logística sostenible y encadenamientos ferroviarios, así como por la creación de herramientas como el micrositio Muévete Verde. Finalmente, los Clústeres de Moda avanzaron en la adopción de estándares internacionales de sostenibilidad e internacionalización mediante más de 96 horas de formación especializada, acciones de mercadeo verde y espacios de visibilización como la pasarela REMODA, consolidando una narrativa sectorial que integra competitividad, sostenibilidad y valor compartido como ejes de desarrollo para Bogotá y Cundinamarca.

7. Desarrollar acciones que contribuyan al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS

La Cámara de Comercio de Bogotá fortaleció su compromiso con el desarrollo empresarial sostenible, impulsando iniciativas que promuevan la competitividad, la innovación y la transición hacia una economía más resiliente y baja en carbono. Entre estas iniciativas se destaca la Cumbre Internacional de Sostenibilidad e Innovación Ambiental, realizada en septiembre en Ágora Bogotá Centro de Convenciones, con más de 24.000 asistentes de 40 países, más de 30 eventos paralelos y una rueda de negocios verdes que generó expectativas por \$3.697 millones, así como ventas por \$270 millones. En el marco de la Cumbre se llevaron a cabo eventos clave tales como el III Foro Somos Sostenibles (con más de 1.300 asistentes y 22 talleres y conferencias prácticas), el Encuentro Nacional por la Orinoquía (435 asistentes), el lanzamiento del libro Ciudades Productivas y Sostenibles (312 asistentes), el Colombia Carbon Forum (1.435 asistentes) y la Rueda de Finanzas para el Cambio Climático con 22 empresas y más de 60 reuniones uno a uno.

Por su parte, la iniciativa Bogotá-Región Circular vinculó a la Gobernación de Cundinamarca y la CAR, generó ocho espacios de concertación de indicadores relacionados con aspectos ambientales, económicos y sociales que permitan hacer seguimiento al avance de la ciudad-región hacia la circularidad. Adicionalmente, se entregaron los reconocimientos del Ranking de Sostenibilidad para los años 2024 y 2025 a 24 y 25 empresas, respectivamente. También se brindó asesoría técnica en acción climática con sesiones de sensibilización a 77 representantes empresariales y la apertura de convocatoria para planes de huella de carbono, reducción, compensación y adaptación, reafirmando el compromiso institucional con los ODS.

En el marco del relacionamiento con instituciones académicas, se continuó con el fortalecimiento de la Clínica Jurídica Empresarial y del Emprendimiento, un proyecto con la Universidad de los Andes que se desarrolla en el marco del Consultorio Jurídico de la Facultad de Derecho, con acciones orientadas a la reducción de barreras para los empresarios, donde se realizaron 86 jornadas presenciales y virtuales, brindando asesoría jurídica gratuita a 506 empresarios. Además, se realizaron 52 talleres y espacios de formación que sensibilizaron a 1.117 personas y se celebró un evento sobre el trabajo clínico en el mundo empresarial con 38 asistentes. Por su parte, la Clínica de Empresas y Derechos Humanos se enfocó en el acompañamiento a empresas para generar recomendaciones en la implementación de procesos de debida diligencia en derechos humanos. Esta iniciativa realizó 27 talleres con 549 personas sensibilizadas y 22 visitas de campo; se publicaron 12 boletines y 2 informes especiales sobre empresas y derechos humanos.

En alianza con la Universidad de los Andes, la Fundación Universitaria del Área Andina y la Universidad del Rosario, se llevaron a cabo 4 jornadas de capacitación dirigidas a la Policía sobre necesidades y procedimientos judiciales y policiales, certificando a 31 uniformados en fundamentos legales y operativos. Adicionalmente, se participó en 11 plenarios y 3 comités directivos extraordinarios de la iniciativa Guías Colombia. También se organizó el evento “Perspectiva Responsable”, que contó con la asistencia de 70 participantes y permitió reflexionar sobre el papel del sector privado como garante de los Derechos Humanos. Se desarrolló la quinta versión del Concurso Estudiantes de Juicios Empresariales de la Cámara de Comercio de Bogotá, dirigido a estudiantes de pregrado de Derecho de universidades de Bogotá y Cundinamarca, con la participación de 12 instituciones inscritas, con el fin de poner a prueba sus conocimientos en un entorno práctico.

Finalmente, se llevaron a cabo 4 talleres regionales sobre Debida Diligencia en Derechos Humanos en Cali, Medellín y Manizales, como parte de un proyecto con la Unión Europea. La CCB fue seleccionada para implementar, junto con otras universidades, el proyecto Erasmus+ sobre debida diligencia reforzada. Como parte del enfoque inclusivo y de empoderamiento, se destaca la puesta en marcha de la estrategia de charlas virtuales con empresarias de alto impacto, que convocó a más de 700 mujeres, con temáticas inspiradoras como productividad sostenible, comunicación estratégica, resiliencia y liderazgo. Se implementó el programa “Cree en Ti, Impulsando tu Negocio”, desarrollado con la Fundación RECON, en el cual 50 emprendedoras participaron activamente en 5 módulos de formación orientados al fortalecimiento de competencias en finanzas, formalización, herramientas digitales, comunicación comercial y networking estratégico.

De igual manera, cobró relevancia el trabajo adelantado con la Fundación Acción Interna, que brindó acompañamiento psicosocial y promovió la salud mental de 40 mujeres privadas de la libertad en la cárcel El Buen Pastor. También se activó el Memorandum of Understanding - MOU con la Organización Internacional para las Migraciones – OIM, a través del cual se inició el fortalecimiento de 60 emprendimientos de mujeres, articulados al programa “5 pasos para hacer crecer tu negocio”. Esta misma ruta se extendió a la localidad de Suba, beneficiando a 65 emprendedores en el marco de la estrategia Compromiso Bogotá.

Por otra parte, la Cámara de Comercio de Bogotá fue reconocida en la vigésima versión del Premio ANDESCO a la Sostenibilidad, en la categoría de Gobernanza, por la iniciativa “Laboratorio capstone sobre Empresas y Derechos Humanos”

8. Formular recomendaciones y propuestas que contribuyan a facilitar las actividades productivas

La Cámara de Comercio de Bogotá elaboró y remitió a los entes competentes 45 documentos con más de 500 recomendaciones relacionadas con el proceso de reglamentación del Plan de Ordenamiento Territorial (POT) de Bogotá, abordando temas de interés para el sector empresarial. Así mismo, se realizaron 9 espacios de articulación público - privada con la participación de más de 30 empresarios. Respecto a los proyectos normativos del Gobierno Nacional, se elaboraron 12 documentos de recomendaciones sobre ordenamiento territorial, que incluyeron más de 278 propuestas y se realizó un espacio de articulación con el Ministerio de Ambiente sobre la reglamentación del Plan Nacional de Desarrollo.

En relación con otros niveles de Gobierno, se desarrollaron espacios y documentos técnicos que abordaron iniciativas como el Protocolo de Aprovechamiento Económico (PAE) del IDRD, el Protocolo para el desarrollo de actividades de comercio y servicios básicos del IDU, la Zona Protectora para la Producción de Alimentos en Sabana Centro, la Política de Gestión Ambiental Urbana y el manual de mercados campesinos, entre otros. Se realizaron 4 espacios con la Región Metropolitana Bogotá – Cundinamarca, 2 con la Gobernación de Cundinamarca, 4 con los municipios de Ubaté, Arbeláez, Fusagasugá y Soacha; se elaboraron 3 documentos con observaciones y recomendaciones al contenido económico de la revisión excepcional del Plan Básico de Ordenamiento Territorial del

municipio de Cajicá, al proyecto de Acuerdo del Esquema de Ordenamiento Territorial del municipio de Arbeláez y a la reglamentación del Plan de Ordenamiento Territorial de Fusagasugá.

Además, la CCB presentó ante el Concejo Municipal de Lenguazaque las recomendaciones del sector empresarial al Esquema de Ordenamiento Territorial del municipio. Así mismo, se elaboraron 43 documentos con observaciones y recomendaciones a los Planes de Ordenamiento Territorial de los municipios de la jurisdicción que actualmente no cuentan con POT actualizados. Se realizó seguimiento a 40 obras de infraestructura (correspondientes a 73 contratos) y se emitieron 4 pronunciamientos al Instituto de Desarrollo Urbano – IDU, a la Empresa Férrea Regional, a la Empresa Metro de Bogotá y a la Agencia Nacional de Infraestructura, en los que se alertó sobre retrasos y se formularon recomendaciones para el avance de los proyectos. También se desarrollaron 8 espacios de articulación con la Agencia Nacional de Infraestructura – ANI, la Región Metropolitana de Bogotá y Cundinamarca, el IDU y la Empresa Metro de Bogotá, orientados a conocer los avances de las iniciativas que estas entidades lideran.

En el marco del proyecto **ALPRODE**, se lideró una misión internacional a Portugal y España que permitió sensibilizar a más de 30 actores institucionales y empresariales mediante un taller de transferencia de conocimiento.

En cuanto a inclusión productiva, se brindó formación y acompañamiento para el empoderamiento económico de 705 personas, incluidos beneficiarios de programas como la Dirección de Rehabilitación Inclusiva para el Veterano – DIVRI, Manzanas del Cuidado, comunidades indígenas y centros de reclusión de Bogotá y Cundinamarca. Emprendedores de la Red participaron en ferias como WETRADE 2025 y EXPOFUSA, logrando ventas por más de \$19 millones. Adicionalmente, 776 personas —entre ellas jóvenes de IDIPRON y mujeres cuidadoras— participaron en procesos de empleabilidad inclusiva.

En el marco de la estrategia Conexión Laboral, se identificaron 6.200 vacantes inclusivas en alianza con más de 47 entidades públicas y privadas, movilizándose más de 700 oportunidades laborales a través de una rueda de empleo con participación de empresas como Permoda, Casa Limpia y Cruz Verde. A nivel interno, 145 colaboradoras participaron en talleres de liderazgo, marca personal e inteligencia emocional. Finalmente, la CCB realizó aportes técnicos a tres proyectos de ley de interés empresarial en materia de inclusión productiva y fortaleció su estrategia de visibilidad mediante contenidos digitales, alcanzando más de 158.000 vistas en podcasts y más de 1.600 visualizaciones en transmisiones en vivo, destacando voces y liderazgos clave de la entidad.

9. Impulsar la transformación del tejido económico por medio del acompañamiento e impulso para la creación y desarrollo empresarial

El fortalecimiento del ecosistema emprendedor e innovador es crucial para ofrecer oportunidades que permitan a los emprendedores de Bogotá y Cundinamarca competir tanto a nivel nacional como internacional.

En este contexto, la Cámara de Comercio de Bogotá desarrolla programas e iniciativas para fomentar la generación de nuevos emprendimientos con modelos de negocio sostenibles y una cultura emprendedora orientada al crecimiento e innovación. La oferta de valor incluye procesos desde edades tempranas, el fortalecimiento de instituciones educativas y rutas de emprendimiento en todo el territorio.

El Programa de Emprendimiento para Colegios se desarrolla para promover el espíritu emprendedor en los jóvenes de colegios públicos y privados de Bogotá y Cundinamarca y fomentar habilidades del siglo XXI, como la creatividad, el liderazgo, el trabajo en equipo y la autonomía. Se vincularon 74 colegios (60 de Bogotá y 14 de Cundinamarca), completando la transferencia metodológica con más de 9.900 asistencias. Se destaca la participación de 136 estudiantes y docentes de 4 colegios a Platzi Conf durante el Gofest y a 1.255 estudiantes y docentes de 21 colegios al Biz Fest. El programa cerró con una muestra de proyectos que reunió a 730 estudiantes y 120 docentes y padres,

con 80 iniciativas y más de 200 jóvenes expusieron sus ideas y 5 proyectos fueron reconocidos por su excelencia en liderazgo, creatividad, trabajo en equipo, diseño y comunicación.

Por su parte, el Programa de Emprendimiento para Universidades fomenta el emprendimiento y la innovación, utilizando herramientas tecnológicas y de investigación para crear empresas sostenibles y sofisticadas. Se impulsaron 50 iniciativas de jóvenes universitarios que ingresaron a la Ruta Bogotá Emprende, Incubadora Futuras startups y Levantamiento de capital. 20 universidades fortalecieron sus centros de emprendimiento y participaron en el XI BootCamp 3DE con más de 150 estudiantes.

La Ruta Bogotá – Cundinamarca Emprende busca empoderar emprendedores del segmento de reindustrialización, ayudándolos a transformar sus ideas de negocio en empresas sostenibles. En el 2025, apoyó la transformación de ideas en empresas sostenibles, con 7 ciclos y 12 versiones desarrolladas que incluyeron talleres, asesorías y ferias, logrando 4.500 asistencias. Se acompañaron 1.270 emprendedores, de los cuales 647 culminaron el proceso, alcanzando más de 2.700 objetivos empresariales.

Adicionalmente, se consolidó una oferta especializada orientada a retar a los empresarios desde su realidad productiva y el sector económico en el que operan, mediante iniciativas diseñadas para mejorar su desempeño y facilitar su escalamiento. Entre estas acciones se destaca Empresas en Trayectoria MEGA, una metodología de empresarios para empresarios que busca elevar la productividad y competitividad del país. A través de este servicio se atendieron 716 empresas en Bogotá, organizadas en 116 grupos; además, se vincularon 295 empresas con la participación de 17 cámaras de comercio a nivel nacional. En este marco, se realizaron 5 master class con más de 700 participantes, se llevó a cabo el III Encuentro Nacional de Empresas en Trayectoria MEGA con cerca de 110 asistentes y se implementó la metodología en instituciones educativas, llegando a 16 colegios en Bogotá y 25 en Cundinamarca.

En el componente de Escalamiento Empresarial, se acompañó a 3.528 empresarios de sectores como seguridad alimentaria (alcanzando 3.835 objetivos empresariales), moda e industrias culturales y creativas (en 7 proyectos focalizados) y servicios (con 6 ciclos focalizados).

Desde el proyecto de Mejoramientos ISP (Internet Service Provider), orientado a potenciar la digitalización, expansión operativa, generación de empleo especializado y atracción de inversión para empresas prestadoras de servicios de internet, se beneficiaron 237 ISP mediante 319 sesiones de formación y asesoría, que sumaron más de 2.380 asistencias, con el acompañamiento de 12 expertos.

Por su parte, la Escuela de Diseño y Producto fue lanzada como una estrategia para fortalecer capacidades empresariales en diseño y sofisticación de oferta. Esta iniciativa registró 1.120 asistencias en servicios asociados a identidad de marca, tendencias y desarrollo de colecciones, marketing digital y desarrollo de productos.

El programa Fábricas de Productividad y Sostenibilidad, basado en la metodología de extensionismo tecnológico y orientado a lograr mejoras superiores al 8% en indicadores de productividad, acompañó a 1.050 empresas que lograron mejoras superiores al 34,8% en indicadores de productividad, mediante la asesoría de 197 extensionistas. En proveeduría, se vincularon 7 empresas ancla y 54 proveedoras. En gobierno corporativo, se acompañaron 55 empresas, se desarrollaron 15 rutas especializadas y se vincularon 284 empresas a Comités Consultivos.

Así mismo, se fortalecieron otros espacios de relacionamiento empresarial, como las ruedas de negocio, mediante la realización de 22 encuentros dirigidos a los sectores agroindustrial, alimentos, construcción, dotaciones (confección), industrias creativas y culturales, marketing y publicidad, servicios empresariales y servicios tecnológicos. Estos espacios reunieron a más de 1.740 asistentes, generaron 4.730 citas de negocio con compradores y alcanzaron expectativas de ventas superiores a \$15 mil millones, según los sondeos reportados por los empresarios.

En 2025 bajo el concepto "Talento al Parque" se desplegaron dos grandes escenarios comerciales para empresarios del sector moda en el emblemático Parque 93. El primero de ellos para el sector del cuero, calzado y marroquinería se llevó a cabo del 8 al 10 de agosto. Cien empresarios del Barrio Restrepo, San Benito y Villa Pinzón presentaron sus colecciones, logrando ventas que superaron los \$800 millones, con un total de 5.151 productos comercializados y un ticket promedio de compra de \$160.806. Además, se proyectaron expectativas de ventas adicionales por \$318 millones de pesos. El segundo se realizó del 7 al 9 de noviembre, 101 empresas participaron de manera activa; se generaron ventas superiores a \$659 millones, con la comercialización de 5.166 productos y un ticket promedio de \$127.566 por transacción, cifras que evidencian el impacto positivo de esta iniciativa en términos de reactivación y reindustrialización local.

10. Fortalecer la articulación entre proyectos empresariales e inversionistas

En alianza con Invest in Bogotá (IIB), la CCB lideró la planeación y ejecución de acciones estratégicas para promover la inversión, atraer eventos internacionales y posicionar a Bogotá-Región como un destino clave de negocios en América Latina. Al cierre del año, se certificaron 24 proyectos de inversión, se captaron 24 eventos internacionales, se apoyaron 30 eventos, se desarrollaron 12 iniciativas de posicionamiento de ciudad y se ejecutaron 5 acciones de mejora del entorno de negocios, todos alineados con los sectores priorizados por la Cámara.

Entre los hitos destacados se encuentran la participación en la Comisión de Políticas de Comercio e Inversión (CPCI) de la CCI, y el lanzamiento del Centro de Innovación en alianza con Ecopetrol, que impulsa la agenda de ciencia, tecnología e innovación. IIB también acompañó eventos de alto impacto como la Cumbre Empresarial, la Rueda de Negocios Andina, Expo Green Tech 2025, #CCBTECHDAY2025, GoFest y el Workshop Colombia Agrifood Innovation Hub, fortaleciendo el posicionamiento internacional de la ciudad y las capacidades del ecosistema empresarial.

Asimismo, se participó activamente en los comités ejecutivos de los clústeres de Seguridad Alimentaria, Agua y Economía Circular, Salud, Impresión y Packaging, Turismo, Recreación y Deporte, así como en el lanzamiento del Clúster TEC, consolidando a Bogotá como una plataforma regional de innovación, inversión y desarrollo empresarial, y reafirmando el liderazgo de la CCB y de IIB en la construcción de un entorno competitivo, sostenible e inclusivo.

FORTALECIMIENTO DEL TEJIDO EMPRESARIAL Y DE LA ECONOMÍA POPULAR

Este foco busca el fortalecimiento de las competencias y habilidades empresariales de los micronegocios que contribuyen al cierre de brechas en la producción, distribución y comercialización de bienes y servicios.

Durante 2025, la Cámara de Comercio de Bogotá avanzó de manera decidida en el fortalecimiento del tejido empresarial y la economía popular, con una gestión integral orientada al cierre de brechas productivas, comerciales y de capacidades empresariales, especialmente en micronegocios, emprendimientos y empresas de menor tamaño. Este foco consolidó una oferta articulada que combinó clústeres, atención territorial, adopción tecnológica, inclusión productiva, seguridad, solución de conflictos, empleabilidad y articulación institucional, generando impactos tangibles en Bogotá y Cundinamarca. Los resultados que se presentan a continuación reflejan no solo el cumplimiento y superación de metas, sino también la construcción de bases sólidas para la definición de retos y prioridades estratégicas en 2026, con el propósito de escalar los logros alcanzados y profundizar la transformación productiva y social del territorio.

A continuación, se presentan los resultados de los indicadores asociados a este foco, seguidos de los principales avances alcanzados en cada una de sus líneas de acción, los cuales, no solo evidencian la efectividad de las iniciativas desarrolladas, sino que fueron insumo clave para definir los retos y prioridades estratégicas de 2026, orientados a consolidar y ampliar los logros obtenidos.

INDICADORES

Los resultados alcanzados en 2025 evidencian el impacto positivo de una estrategia integral orientada al fortalecimiento del tejido empresarial y la economía popular. Se superaron ampliamente las metas en la mayoría de los indicadores, destacando el acompañamiento a más de 109 mil empresas y emprendedores, la formalización de más de 32 mil unidades productivas y la creación de 4.533 nuevas empresas con apoyo de la CCB. Estos logros fueron posibles gracias a una combinación efectiva de territorialidad, articulación con aliados, diversificación de canales de atención y fortalecimiento del portafolio de servicios. A pesar de una leve disminución en las oportunidades comerciales de BazaarBog, se logró mantener la operatividad total de las 15 Ventanillas Únicas Empresariales, se fortaleció la incidencia institucional mediante más de 430 espacios de articulación y se consolidó un rol propositivo con 100 recomendaciones para impulsar el entorno de los negocios. Estos avances consolidan a la CCB como actor clave en la promoción de una economía más formal, inclusiva, productiva y sostenible en Bogotá y la región.

INDICADOR	FRECUENCIA	META 2025	RESULTADO	% CUMP.
Empresas y emprendedores beneficiados de la economía popular ¹	Mensual	95.150	109.758	115,35%
Empresas formalizadas (nuevos registros mercantiles) ²	Mensual	32.000	32.686	102,14%
Empresas creadas con el apoyo de Fortalecimiento Empresarial ³	Mensual	3.400	4.533	133,32%
Oportunidades comerciales de la plataforma Bazaarbog ⁴	Mensual	483.000	473.591	98,05

INDICADOR	FRECUENCIA	META 2025	RESULTADO	% CUMP.
Empresas y emprendedores beneficiados a profundidad de la economía popular ⁵	Mensual	23.470	24.215	103,17%
Espacios de incidencia y/o articulación para fortalecer el tejido empresarial y la economía popular ⁶	Trimestral	350	436	124,57%
Propuestas y recomendaciones para fortalecer el tejido empresarial y la economía popular ⁷	Trimestral	75	100	133,33%
Ventanilla Única Empresarial (operabilidad) ⁸	Trimestral	15	15	100,00%

1. El indicador superó la meta propuesta como resultado de una estrategia integral que combinó acompañamiento empresarial, articulación con aliados y despliegue territorial, fortaleciendo las capacidades de empresas y emprendedores de la economía popular. La focalización de beneficiarios, la flexibilidad operativa y las acciones de divulgación ampliaron la cobertura y mejoraron la experiencia, consolidando la presencia institucional y relaciones de valor en el territorio.
2. El resultado refleja el fortalecimiento de los procesos de formalización, la focalización territorial y un acompañamiento cercano y oportuno que permitió reducir barreras administrativas y generar mayores niveles de confianza entre los empresarios.
3. En 2025, la meta de empresas fue superada como resultado del incremento en el número de emprendedores acompañados, la mayor frecuencia de la oferta del portafolio de servicios, la implementación de Rutas Ágiles y la articulación con organizaciones del ecosistema.
4. La estrategia BazaarBog no alcanzó la meta como consecuencia de la desactivación de TikTok como canal de pauta, principal fuente de conversiones. Si bien se realizaron ajustes en campañas en Google y Meta, el tráfico se vio afectado, lo que impactó los resultados obtenidos.
5. La meta se alcanzó a partir de la consolidación de un modelo integral de atención que acercó soluciones empresariales a negocios de la economía popular y solidaria mediante acompañamiento personalizado, formación práctica, asesorías especializadas y espacios de articulación. Estas acciones, apoyadas por la aceleración de convenios y el trabajo con aliados del ecosistema, permitieron beneficiar de manera efectiva a un número significativo de unidades productivas.
6. El resultado se explica por la participación en diversos eventos a los que la CCB fue invitada por actores interesados en fortalecer el tejido empresarial y la economía popular, abordando temáticas como seguridad, transparencia, cultura de la legalidad, sostenibilidad, derechos humanos, valor compartido, género, diversidad e inclusión, lo que amplió el alcance y el impacto del trabajo institucional en estos frentes.
7. Se registró un incremento en la generación de propuestas y recomendaciones, en respuesta a requerimientos específicos formulados por distintos actores, abordando temas de seguridad, transparencia, sostenibilidad, derechos humanos, valor compartido, género e inclusión.
8. Se garantizó la continuidad operativa de la Ventanilla Única Empresarial con la participación de los municipios de Arbeláez, Cajicá, Cáqueza, Chía, Cota, Fusagasugá, Gachetá, Sibate, Sylvania, Sopó, Tabio, Tenjo, Tocancipá, Villapinzón y Zipaquirá, asegurando la prestación del servicio en el territorio.

GRANDES APUESTAS FOCO 2

1. Crear nuevos clústeres con mirada transversal: Economía circular, Adulto mayor y Transformación productiva.

Para fortalecer el tejido empresarial y la economía popular a través de los clústeres, la Cámara impulsó la creación de nuevas iniciativas y programas transversales, ampliando el sistema clúster hacia agendas emergentes vinculadas con sostenibilidad, inclusión social y nuevas dinámicas económicas. En su primer año de operación, el **Clúster de Agua y Economía Circular** vinculó a 930 empresas y emprendedores, de los cuales 139 accedieron a servicios especializados mediante rutas técnicas y comerciales enfocadas en tecnologías emergentes, circularidad y soluciones para sectores como construcción, por su parte, los espacios de conexiones circulares para la sostenibilidad reunieron a 62 empresas y 5 asociaciones de recicladores, generando 200 citas de negocio con una efectividad percibida del 70% para futuras alianzas comerciales. Adicionalmente, se fortaleció de manera estructural a actores sociales, beneficiando a 77 asociaciones de recicladores que representan a más de 6.200 recicladores de oficio y a 49 acueductos comunitarios con más de 10.000 suscriptores, impactando indirectamente a cerca de 40.000 personas mediante acciones de formación, resolución de conflictos y acompañamiento para la formulación de proyectos y acceso a financiación.

A través del **Clúster de Deporte y Recreación**, se realizó la Media Maratón Andina CCB – Edición Fusagasugá, que trascendió su carácter deportivo para consolidarse como una plataforma integral de desarrollo económico en la provincia del Sumapaz. En el marco del evento se llevaron a cabo dos ferias empresariales reuniendo a más de 95

empresas y emprendedores con muestras culturales y gastronómicas y generando ventas superiores a \$50 millones. Así mismo, se destaca la realización del Foro Internacional de la Economía del Deporte de Bogotá–Cundinamarca, desarrollado en el marco de la 38ª Convención Mundial de la WBO, con más de 2.000 asistentes y la ExpoDeporte CCB 2025, con la participación de 26 empresas del sector deportivo.

De forma complementaria, el **Clúster de Protección y Bienestar Animal (PyBA)** se consolidó como una iniciativa pionera a nivel internacional, articulando un ecosistema antes disperso de emprendimientos, ESAL, rescatistas y cuidadores. Durante 2025 ejecutó tres Rutas de Competitividad con más de 120 horas de acompañamiento, beneficiando a más de 150 emprendedores y MiPymes, de los cuales 20 fueron seleccionados para participar en Expopet 2025. El hito del año fue el PyBAFest 2025, el primer festival de la familia multiespecie en Colombia, que reunió a 30 expositores, organizaciones de adopción y cientos de familias.

En paralelo, el **Programa Interclúster de Economía Plateada para los Negocios** benefició a más de 1.000 empresas mediante los Miércoles Plateados, desarrolló más de 150 diagnósticos empresariales, profundizó oportunidades sectoriales en turismo y servicios financieros y produjo la Guía de Negocios Amigables con las Personas Mayores, consolidando una agenda estratégica que posiciona a la Economía Plateada como un nuevo motor de crecimiento empresarial, innovación y competitividad para Bogotá y Cundinamarca.

2. Definir portafolio, oferta de adopción tecnológica y modelo de atención integrado para la economía popular

Para acercar las soluciones empresariales a cada uno de los negocios de la economía popular y solidaria, la CCB a través de una estrategia integral que permite la atención en diferentes momentos, como las asesorías en territorio, visibilización y alfabetización digital, trabajó con un equipo especializado de 29 asesores que realizaron visita en campo para buscar a los empresarios y generar confianza, lo que permitió generar 32.686 nuevos registros mercantiles (17.983 de persona natural y 14.703 de establecimientos de comercio).

Por su parte, las Ferias para tu Negocio generan presencia permanente para acercar los servicios de la CCB y del ecosistema de entidades de apoyo al cliente, bajo las cuales se ofrecen charlas y asesorías de formalización y crecimiento empresarial, espacios de conexión financiera y muestras comerciales en jurisdicción. Durante 2025 se llevaron a cabo 10 ediciones en Bogotá y 5 en Cundinamarca, con 10.500 asistencias y la participación de 280 empresarios en las ferias comerciales.

Adicionalmente, se habilitaron puntos de información y asesoría para la economía popular en 15 alcaldías locales, orientados a resolver inquietudes sobre requisitos de funcionamiento con la CCB y otros actores del ecosistema. Estos puntos brindaron 25.360 asesorías en formalización empresarial.

En el componente de Crecimiento para la Formalización, orientado al fortalecimiento de ideas de negocio, identificación de oportunidades y consolidación de modelos operativos, se acompañaron cerca de 2.426 negocios, alcanzando más de 9.240 objetivos definidos al inicio de las rutas de intervención. Así mismo, el programa Ruta Tenderos y Canal Tradicional, desarrollado con la Fundación Bavaria, benefició a más de 3.060 negocios, fortaleciendo las capacidades de propietarios y administradores de tiendas de barrio y establecimientos del canal tradicional.

A través de la iniciativa Segundas Oportunidades, enfocada en promover la inclusión, la legalidad y el crecimiento con sentido social y en alianza con la Fundación Mambart, se acompañó integralmente a 220 personas privadas de la libertad o en condición de alta vulnerabilidad, de las cuales 202 completaron el proceso. También se implementó el programa FREEMUSIC, que ofrece formación musical y empresarial como herramienta de resocialización, con 60 participantes en situación de vulnerabilidad en la localidad de Ciudad Bolívar. Adicionalmente, se inició el convenio con la Fundación Sandbox y la Gobernación de Cundinamarca para fortalecer las capacidades de jóvenes en

innovación, tecnología y pensamiento creativo, logrando que 82 jóvenes finalistas consolidaran 35 prototipos funcionales.

Igualmente, se reafirma el compromiso con la innovación, la productividad y la competitividad empresarial a través de la expansión de la estrategia Zasca CCB Local con 5 centros:

- Zasca CCB Local Cedritos: para la promoción de la adopción de tecnologías y herramientas digitales para optimizar la gestión y el desarrollo de los negocios, alcanzando 8.940 asistencias y 2.415 usuarios atendidos.
- Zasca CCB Local Restrepo: para transformar la localidad y fortalecer a los empresarios del sector de calzado y marroquinería. Se atendió a más de 2.540 usuarios alcanzando 5.095 asistencias.
- Zasca CCB Local Sabana: referente a la transformación del sector agroindustrial y gastronómico de la provincia de Sabana Centro que recoge 11 municipios de Cundinamarca. En 2025 atendió 1.170 usuarios con más de 3.020 asistencias.
- CCB Local Innovalab: bajo la vocación de emprendimiento e innovación logró impactar más de 3.115 usuarios que registraron 8.515 asistencias.
- CCB Local Kennedy: espacio estratégico para el fortalecimiento de capacidades digitales. Con más de 4.095 usuarios atendidos alcanzando más de 18.845 asistencias.

De otra parte, en alianza con la Gobernación de Cundinamarca se operaron 7 Centros Provinciales de Emprendimiento e Innovación, los cuales impactaron a más de 1.785 usuarios con cerca de 4.890 asistencias. A través del Fondo Emprender, fondo de capital semilla creado por el Gobierno Nacional mediante la Ley 789 de 2002 y administrado por el SENA, 92 emprendimientos resultaron beneficiados y permanecen activos (72 en Bogotá y 20 en Cundinamarca), alcanzando ventas por más de \$3.970 millones y generando 383 empleos. Además, 21 emprendimientos recibieron apoyo para participar en ferias y espacios comerciales.

En cuanto a Empresas en Trayectoria MEGA para la Economía Popular, la Aceleradora Negocios que Piensan MEGA fortaleció la mentalidad empresarial de los participantes mediante espacios de inspiración, herramientas prácticas y acompañamiento de mentores. En total, 614 empresas fueron beneficiadas con más de 2.140 horas de mentoría.

Por su parte, BAZZARBOG, la vitrina digital gratuita para exhibición personalizada e ilimitada de productos y servicios de empresas de la jurisdicción generó más de 473 mil oportunidades de contacto, con 28.000 productos publicados y 2.600 empresarios vinculados. Asimismo, 1.705 empresas exhibieron sus productos en las sedes de la CCB, 110 emprendimientos participaron en la tienda multimarca y la iniciativa de vitrinas navideñas contó con 1.648 empresas habilitadas en Bogotá y Cundinamarca, con más de 5.000 inscritos en las caravanas.

En otros espacios de contacto comercial, la CCB realizó 3 festivales comerciales “A un Metro de ti”, dirigidos a empresas afectadas por la obra de la Primera Línea del Metro de Bogotá, con la participación de 450 empresas que reportaron ventas superiores a \$70 millones. Así mismo, en 15 ferias comerciales descentralizadas, 572 empresas presentaron sus productos y servicios, generando nuevos contactos en escenarios como la FilBo, Feria Eva y la Feria de Salud, Belleza y del Hogar. Esta última se consolidó como la más representativa, al reunir a 234 empresas (220 en pabellón y 14 en la multimarca) en un espacio exclusivo que invitó a “Vivir el Talento Local”, con ventas superiores a \$3.000 millones.

Finalmente, +TALANTE 2025, el Gran Encuentro de la Economía Popular y Solidaria, integró muestra comercial, institucional, ecosistema CCB, agenda cultural, programación académica, maratón de asesorías, rueda financiera y de empleabilidad, así como un espacio gastronómico. El evento recibió más de 17.000 visitantes, generó ventas por más de \$700 millones y contó con la participación de 39 cámaras de comercio del país.

3. Fortalecer la seguridad por medio del trabajo con la Policía Metropolitana de Bogotá e implementar conjuntamente las iniciativas ciudadanas de convivencia

En 2025, la estrategia de seguridad colaborativa consolidó sus acciones mediante la realización de 10 jornadas de seguridad en sectores estratégicos, beneficiando a 902 establecimientos con recomendaciones para prevenir el hurto a comercio, la extorsión, los ciberdelitos y la violencia de género. A través del programa Ciclos de Diagnóstico, se acompañó a 30 negocios y se desarrollaron 6 análisis zonales que permitieron capacitar a las comunidades de La Candelaria, Quinta Paredes, Bosque Calderón, Prado Veraniego, Parkway y Cedritos en riesgos de seguridad y convivencia, así como en medidas de prevención y mitigación.

En el ámbito formativo, el curso virtual Seguridad y Anticorrupción para MiPymes capacitó a 161 personas y el proyecto MiPymes Ciberseguras, financiado por la Unión Europea, desarrolló una herramienta de diagnóstico en ciberseguridad aplicada en 83 empresas de 4 ciudades; además, 62 empresas y 81 personas completaron los niveles de formación y se produjo una caja de herramientas con tres guías para facilitar la replicación del modelo en el país. De manera complementaria, el Ciclo de Integridad y Anticorrupción para MiPymes y ESAL, en alianza con ICC Colombia, contó con 950 participantes y certificó a 218 personas de 185 empresas, fortaleciendo la cultura ética empresarial.

En paralelo, las líneas de gobernanza y cultura de la legalidad fortalecieron espacios de articulación como la Mesa de Seguridad Empresarial, que vincula a más de 30 grandes compañías y el Frente de Seguridad de Salitre, donde se implementó un “corredor seguro”. Se desarrolló un ciclo de capacitaciones en seguridad empresarial del cual se graduaron 24 empresas y 40 personas; se lanzó la Guía de Peticiones Judiciales y se capacitaron 441 funcionarios de la Policía, Fiscalía, CTI y DIJIN, así como 11 jueces en alianza con la Escuela Judicial Rodrigo Lara Bonilla. Adicionalmente, se ejecutó un plan de formación para 73 policías comunitarios en proyectos territoriales con IDEPAC, se capacitó a 31 integrantes de los COSEC en fundamentos legales, derechos y procedimientos policiales en alianza con facultades de Derecho, y se graduaron 149 integrantes de la Policía Comunitaria en Liderazgo y Gestión Pública con Uniempresarial.

En materia de análisis, la Encuesta de Percepción y Victimización 2024 fue presentada a autoridades distritales y a la ciudadanía, mientras que en innovación se realizó la segunda edición del concurso académico DataJam “Datos por la Seguridad”, con la participación de 65 equipos de 11 universidades. En divulgación, se publicaron 11 infografías, se lanzaron campañas en medios y plataformas digitales y se registraron cerca de 800 consultas a los recursos de seguridad e integridad de la Biblioteca Digital.

Finalmente, en el marco de la Cumbre Internacional de Sostenibilidad e Innovación Ambiental y del III Foro Somos Sostenibles, se desarrolló una agenda especializada en seguridad empresarial que incluyó 5 talleres tipo bootcamp, con la participación de 142 personas, abordando temas como pensamiento estratégico en seguridad, ciberseguridad e inteligencia artificial, integridad en contrataciones, gestión de crisis y prevención del hurto y el fraude.

4. Articular la oferta institucional de la CCB en Bogotá y los municipios de la jurisdicción

A través del Plan Integral de Cundinamarca - PIC, orientado a fortalecer la capacidad de incidencia regional y contribuir al desarrollo empresarial mediante la prestación de servicios en territorio, la ejecución de proyectos y la gestión institucional, se adelantaron acciones clave durante el periodo. Entre ellas, se destaca la realización de 32 mercados campesinos en municipios estratégicos de la jurisdicción, promoviendo el fortalecimiento del tejido rural y la comercialización directa de productos agrícolas.

Asimismo, se llevaron a cabo 106 reuniones institucionales con alcaldes y equipos de gobierno local, lo que permitió avanzar en agendas conjuntas de desarrollo territorial y empresarial. En materia de fortalecimiento turístico, se desarrollaron 2 capacitaciones en alianza con FONTUR, enfocadas en la formulación de proyectos turísticos y la

elaboración de fichas técnicas para su presentación ante instancias nacionales. Igualmente, se brindó apoyo a 80 eventos municipales, los cuales impulsaron la promoción empresarial, visibilizaron iniciativas locales y dinamizaron las economías territoriales. Entre ellos se destacan Vitritur, Tejilarte, el Festival del Postre en Sopó, el Festival Gastronómico de Tocancipá, Exporiente, el Festival de Dulces y Amasijos de Busongote, la Feria de la Mujer Ubatense y diversas rodadas municipales, entre otros.

Del 9 al 11 de septiembre, en Ágora Bogotá Centro de Convenciones, se realizó la cuarta edición de Vitritur en el marco de la Cumbre de Sostenibilidad e Innovación Ambiental, consolidándose como una vitrina estratégica para mostrar lo mejor del turismo de Cundinamarca. El evento reunió a 118 expositores, quienes promovieron experiencias de ecoturismo, cultura y gastronomía, bajo un enfoque de sostenibilidad, inclusión y calidad. Se generaron 2.860 contactos comerciales, se concretaron 1.931 ventas por \$347 millones y se proyectan 4.296 ventas posteriores, equivalentes a \$721 millones.

Finalmente, en articulación con el Clúster de Turismo, se realizó una rueda de negocios con la participación de 21 compradores y 44 oferentes, logrando 243 citas efectivas y una expectativa de ventas cercana a \$900 millones.

5. Brindar a la comunidad y los colegios de Bogotá y Cundinamarca los servicios de solución de conflictos

A través del programa para la convivencia y la competitividad Hermes enfocado en la transformación del conflicto escolar a partir de los mecanismos de resolución de conflictos - MRC y prevención del matoneo o bullying en los colegios de Bogotá y Cundinamarca, se contó con 561 instituciones educativas vinculadas (390 de Bogotá y 171 de la región); por su parte, 18 instituciones educativas de Bogotá y 16 de Cundinamarca le apostaron a la propuesta de edades tempranas como un espacio de formación de semilleros para docentes de primaria certificando 112 docentes; en el “PRIMER ENCUENTRO 2025 DE FORMACIÓN PARA DOCENTES TUTORES” se contó con 1.107 asistentes (671 de Bogotá y 436 de Cundinamarca), se certificaron 13.891 estudiantes en mediación y 253 docentes en habilidades para el manejo del conflicto en el aula, se acompañó a 23 jóvenes del sistema de responsabilidad penal para adolescentes del Colegio Pompilio Martínez en el Municipio de Cajicá, bajo un proceso de formación en 4 sesiones sobre mecanismos de resolución de conflictos. Además, el programa alcanzó 30.511 participantes en las estrategias alternas.

De otra parte, se realizaron 4 webinar sobre el manejo del conflicto para padres, madres y ciudadanos con 3.114 asistentes, el Conversatorio “Otros factores que inciden en el fenómeno del Bullying y el Ciberbullying” en el marco del día mundial en contra del Bullying y Ciberbullying, con la participación de 204 asistentes, el V Encuentro anual de la red juvenil de mediadores, con 817 asistentes y charlas especializadas en instituciones educativas de Bogotá y Cundinamarca con una participación de 234 asistentes.

Por su parte, a través del Programa de Convivencia Comunitaria que acompaña a las comunidades en la búsqueda de soluciones pacíficas a sus conflictos cotidianos, se atendieron 4.228 trámites de conciliación en equidad en diversas sedes de Bogotá y Cundinamarca, con una efectividad del 83,7% de acuerdos en las audiencias desarrolladas; se integraron 51 nuevos conciliadores en equidad graduados, cerrando el año con 98 conciliadores activos; 281 estudiantes culminaron el proceso de formación en conciliación en equidad; se realizaron 45 jornadas de conciliación y se desarrollaron 12 encuentros comunitarios con 1.056 participantes orientados al fortalecimiento pedagógico del programa.

6. Coordinar actores de diferentes sectores para contribuir a la definición de políticas públicas que favorezcan la función empresarial

Desde la estrategia de simplificación de trámites empresariales se realizaron 2 mesas de articulación con el Departamento Administrativo de la Función Pública, se lideraron 4 mesas de racionalización de trámites distritales; se realizaron 22 mesas de trabajo para la virtualización del Formulario Único Nacional FUN que impacta a 12 trámites del sector construcción y se presentó el piloto de virtualización del FUN a 105 asistentes de diferentes entidades públicas y privadas. Asimismo, se adelantó el mapeo de los trámites empresariales del Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá priorizando 6 trámites para su simplificación: i) Clasificación de impacto ambiental (industria) para trámite de Licencia de construcción; ii) Revisión y aprobación de planes de manejo de tránsito PMT; iii) Cumplimiento de la política de protección de moradores, iv) Mecanismos para la liquidación, pago, recaudo, administración, gestión y destinación de los recursos provenientes del pago compensatorio en dinero de las obligaciones urbanísticas de carácter general; v) Entrega material de zonas de cesión obligatoria gratuita y vi) trámites para el aprovechamiento económico en el espacio público; se realizaron 8 mesas de trabajo con el INVIMA para la puesta en funcionamiento y difusión de la plataforma InvimÁgil que virtualiza los trámites sanitarios y 1 mesa con el INVIMA y Función Pública para la racionalización de trámites.

Se realizó el mapeo de trámites empresariales para 3 nuevos municipios (Arbeláez, Gachetá y Nemocón) y 5 mesas de simplificación de trámites con la Gobernación de Cundinamarca y 6 en los municipios. En el Foro Somos Sostenibles se realizó el Panel “Simplificación y racionalización de trámites y su impacto para la sostenibilidad del país” con la participación de Función Pública, Secretaría Distrital de Hábitat, INVIMA y Gobernación de Cundinamarca. Actualmente 15 municipios de la jurisdicción de la CCB cuentan con la Ventanilla Única Empresarial VUE en operación (Arbeláez, Cajicá, Cáqueza, Chía, Cota, Fusagasugá, Gachetá, Sibaté, Silvania, Sopó, Tabio, Tenjo, Tocancipá, Villapinzón y Zipaquirá).

De otra parte, se realizaron 6 espacios de articulación con el Distrito, 4 espacios con la Superintendencia de la Economía Solidaria (con quien conjuntamente se realizó la "Ruta por la Paz 3.0" beneficiando más de 110 organizaciones del sector solidario y el evento "Supervisión para un sector que evoluciona" con más de 450 personas), se realizó el Primer Congreso Internacional para la Protección de los Recursos Públicos con la participación de más de 220 asistentes y 12 sesiones del Comité Intergremial de Bogotá y Cundinamarca con el propósito de gestionar iniciativas conjuntas con aliados públicos y privados para el mejoramiento del entorno de los negocios en Bogotá y Cundinamarca.

Como resultado de esta estrategia, se simplificaron 58 trámites departamentales de carácter empresarial, tales como: facilidades de pago para los deudores de obligaciones no tributarias, impuesto al degüello de ganado mayor, legalización de las tornaguías, impuesto de registro, entre otros.

7. Fortalecer los encadenamientos y aglomeraciones productivas en Bogotá y Cundinamarca

Con el propósito de desarrollar talento humano acorde con las necesidades sectoriales e impulsar la empleabilidad en los clústeres, la Cámara implementó agendas articuladas con entidades públicas, academia y aliados estratégicos. Estas acciones respondieron a brechas en regulación, productividad, calidad, innovación y acceso a talento, beneficiando en conjunto a más de 3.000 empresarios, trabajadores, estudiantes y emprendedores y consolidando rutas de formación técnica, certificación, conexión laboral y fortalecimiento empresarial alineadas con las necesidades del tejido productivo regional.

En sectores intensivos en mano de obra y altamente regulados, como construcción, energía y farmacéutico, se priorizó la formación técnica especializada y la empleabilidad. En el **Clúster de Construcción**, la Escuela de Trámites

sensibilizó a cerca de 200 personas de 83 empresas, se desarrollaron ruedas de empleo con más de 600 vacantes y se promovió la vinculación laboral de personal operativo, además de la graduación de 28 ejeros de obra, contribuyendo a enfrentar la informalidad y el déficit de relevo generacional. En el **Clúster de Energía**, más de 900 empresas y emprendedores fortalecieron capacidades relacionadas con la transición energética y mediante el Programa de Mentoría Empresarial, 250 estudiantes de colegios distritales avanzaron hacia certificaciones técnicas con el acompañamiento de 11 empresas del sector. En el **Clúster Farmacéutico**, 20 empresas fueron acompañadas en procesos de buenas prácticas de fabricación con más de 200 horas de consultoría, más de 600 empresas se capacitaron en estándares de calidad y más de 300 empresarios se certificaron en farmacovigilancia, fortaleciendo el cumplimiento regulatorio y la producción local de medicamentos.

De manera complementaria, los Clústeres de Impresión y Packaging, Seguridad Alimentaria y Turismo impulsaron la cualificación empresarial y el acceso a mercados mediante formación, ferias y certificaciones. En **Clúster de Impresión y Packaging**, más de 200 empresas fortalecieron capacidades en diseño, seguridad, trazabilidad y calidad, y 16 empresas participaron en Andinapack, generando 42 citas de negocio. En el **Clúster de Seguridad Alimentaria**, se desarrollaron 6 cursos certificables (120 horas), conferencias especializadas y un curso en negociación agroalimentaria, beneficiando a más de 170 actores del sector. En el **Clúster de Turismo**, 56 empresarios se certificaron en turismo de reuniones y sostenibilidad; espacios como el “Encuentro de guías profesionales de turismo” y más de 50 webinars fortalecieron competencias en narrativas digitales, innovación y sostenibilidad, sumando 1.000 nuevos usuarios a la comunidad digital del clúster. En conjunto, estas acciones consolidan un enfoque integral de competitividad basada en talento, encadenamientos productivos y empleabilidad, fortaleciendo la capacidad de los clústeres para responder a los retos del crecimiento económico y el desarrollo regional.

En materia de crecimiento, conexión y visibilización del tejido empresarial de los clústeres, con énfasis en economía popular, se fortalecieron los encadenamientos productivos y aglomeraciones, posicionando los clústeres como plataformas para convertir capacidades en resultados comerciales, empleabilidad y formalización. Se movilizaron comunidades empresariales y sociales a gran escala: 4.619 actores participaron en 71 comités ejecutivos, 90 mesas de trabajo y 15 encuentros de industria, consolidando gobernanza y ejecución colaborativa en Bogotá y Cundinamarca.

En paralelo, el **Clúster de Moda** fortaleció su estrategia de acceso a mercados y sofisticación comercial, una oferta integral lanzada con 600 asistentes generó 273 nuevos contactos, expectativas por USD 118.635 y múltiples ventas y activaciones. La participación en ferias y la Rueda Moda Global sumó más de 650 citas efectivas y generó USD 836.100 en ventas spot y USD 4.868.935 en expectativas, incluyendo una inmersión comercial en San Victorino con 30 compradores nacionales e internacionales. De otro lado, el acompañamiento a 258 MiPymes permitió alcanzar ventas spot por \$2.053 millones y expectativas por \$10.461 millones; las activaciones “San Victorino a la Moda” convocaron a más de 4.000 asistentes y elevaron ventas entre 20% y 25%, consolidando el territorio como vitrina comercial y motor de movilidad económica.

Estas iniciativas se complementaron con acciones de alto impacto sectorial. En el **Clúster de Salud**, el Diplomado de Calidad para IPS benefició a más de 3.500 personas y certificó 400 empresas; la rueda “Salud y Bienestar desde el Valor Compartido” vinculó 25 hospitales/IPS con 46 proveedores, generó 286 citas y creó expectativas por más de \$9.300 millones, junto con un ciclo de IA que reunió a más de 500 asistentes. En el **Clúster de Cosméticos y Bienestar**, “Martes de Belleza” formó a cerca de 700 empresarios. En el **Clúster de Industrias Creativas**, Bogotá Creative Connect reunió a más de 600 asistentes, generó cerca de 420 citas y expectativas de negocio por USD 4,6 millones; TRIBU impactó a 160 empresarios y la agenda anual sumó más de 260 fortalecidos. En el **Clúster de Turismo**, la rueda RVMBO 2025 alcanzó 752 citas y expectativas por \$7.076 millones, complementada con ruedas adicionales que sumaron expectativas por \$14.393 millones y \$904 millones, además de proyectos territoriales que formaron 82 actores y certificaron 37 organizaciones en turismo comunitario. En el **Clúster TEC**, ExpoTechLago

conectó 84 empresas con 2.300 vacantes y 3.472 talentos, generó 223 citas y expectativas por más de \$2.944 millones. En el **Clúster de Servicios Financieros**, las dos ruedas del sector solidario generaron 451 citas y expectativas por \$9.105 millones, mientras el componente de educación financiera impactó a 400 asociados. Finalmente, el Programa Interclúster de Conexiones y Proveeduría Competitiva benefició a 1.600 empresas, profundizó servicios en 635, acompañó a 110 en ruta B2B, desarrolló más de 1.000 citas efectivas, destinó 430 horas de acompañamiento e identificó 210 nichos B2B, consolidando una red empresarial que acelera encadenamientos, formalización y acceso a demanda multicategoría en Bogotá y Cundinamarca.

Para promover valor compartido, el **Clúster de Salud** avanzó en calidad y prevención mediante programas de estandarización y campañas de alto impacto. La iniciativa “Hacer las Cosas Bien Trae Cosas Buenas”, desarrollada con la Secretaría Distrital de Salud, contó con 50 participantes de entidades públicas y privadas que formularon planes de mejora con referencia en estándares internacionales. Asimismo, se impulsaron acciones de prevención y detección temprana de enfermedades crónicas no transmisibles, en articulación con la Liga Colombiana Contra el Cáncer, Clínica Montserrat y organizaciones especializadas. El clúster también se integró a la alianza nacional “Abrázame” para aumentar la cobertura de vacunación contra el VPH, promoviendo jornadas de sensibilización y piezas como el cortometraje “7 Mujeres”. Adicionalmente, participó en la alianza público-privada ATHERO para fortalecer campañas de prevención cardiovascular.

En el **Clúster de Seguridad Alimentaria**, la iniciativa Misión Nutrición Bogotá logró resultados de alto impacto: 48 fundaciones fueron beneficiadas mediante 852 donaciones, equivalentes a 276,7 toneladas de alimentos perecederos, 37,9 toneladas de no perecederos y 17,5 toneladas de bebidas, con presencia significativa en Suba (más de 101 toneladas) y Kennedy (cerca de 83 toneladas). La red de donantes incluyó actores como Corabastos, Alpina, Arroz Diana y Fundación Éxito, y se complementó con acciones formativas junto a Nestlé y el programa Cocinas con Amor. En el **Clúster Farmacéutico**, la iniciativa INNOVAPHARMA avanzó en empleabilidad y sostenibilidad del talento mediante un diagnóstico sectorial, un plan de acción en liderazgo y habilidades comportamentales y cinco consultorías empresariales para evaluar roles críticos y sucesión. Finalmente, el **Clúster de Logística y Movilidad** fortaleció el enfoque de inclusión laboral con Talento humano en marcha, sensibilizando a más de 600 estudiantes de 6 colegios —en alianza con la Secretaría de Educación, el SENA, la Mesa Sectorial y universidades— mediante las jornadas “Inspirando Trayectorias de Vida” y “La logística en el aula”, acercando a los jóvenes a los perfiles requeridos por la logística 4.0 y ampliando rutas de movilidad social.

8. Posicionar a Bogotá y Cundinamarca, como un destino ideal para la cultura y los negocios

ARTBO | Fin de Semana, en su novena edición se consolidó como la más grande hasta la fecha, con la participación de 86 espacios seleccionados entre 102 postulaciones, incluyendo 32 galerías, 16 espacios autogestionados, 12 instituciones, 10 museos, 8 espacios de diseño y 6 librerías en la nueva Ruta del Libro. El evento registró un récord de 83.748 visitas en seis circuitos de Bogotá, con 31.858 m² de exhibición, 96 exposiciones y la visibilización de 389 artistas (329 nacionales y 60 internacionales). Entre sus componentes se destaca la Muestra colectiva con 39 obras de 33 artistas que recibió 6.537 visitas y generó ventas desde su inauguración, el programa de Conversaciones con 651 asistentes y el Encuentro Editorial con 48 editoriales y programación cultural. Además, el Programa de Invitados Especiales organizó ocho recorridos personalizados para coleccionistas, fortaleciendo el mercado del arte y las relaciones comerciales entre galerías y compradores.

ARTBO | Feria Internacional de Arte de Bogotá, en su edición número 21 contó con la participación de 115 expositores, entre ellos 46 galerías, 37 editoriales y 32 instituciones, más de 200 artistas en exhibición y 20.607 visitas permitiendo ingreso gratuito a públicos específicos (estudiantes, mayores de 60, personas con movilidad reducida, funcionarios y afiliados CCB y menores de edad).

La sección “Galerías” contó con 42 galerías, la sección “Proyectos” curada por Carla Acevedo-Yates incluyó 7 galerías con obras de 10 artistas, en la sección “Trayectoria” se exhibieron 26 obras recientes, la sección “Artecámara” espacio para artistas emergentes recibió 464 postulaciones y se seleccionaron 21 artistas, se otorgaron 4 premios, incluyendo el Whitman y 3 residencias artísticas. Por otra parte, se entregó el premio Acoplásticos a Gabriela Pinilla (Galería La Cometa) con el proyecto No hay amor sin libertad. Igualmente, participaron 32 instituciones culturales, 37 editoriales y librerías y se realizaron 13 charlas y talleres, además de 4 paneles con 17 conferencistas nacionales e internacionales. Se contó con la presencia de 168 invitados internacionales. La mediación estuvo a cargo de 27 profesionales con apoyo estudiantil de la Universidad de Los Andes.

ARTBO | Salas desarrolló una programación robusta con 11 exposiciones en la sede Chapinero, sede Kennedy y en espacios externos en Bogotá y Cundinamarca destacando la exposición “ORO” de Pedro Ruiz, en septiembre se inauguró en la Estación de tren de Zipaquirá la exposición Imágenes que habitan lo posible, hasta el 9 de noviembre. Las convocatorias de los programas ARTBO | Tutor y ARTBO | Trama recibieron una alta participación, quedando seleccionados 90 artistas y 67 proyectos (50 en fase I y 17 en fase II), consolidando su papel como plataformas clave para la visibilización de artistas emergentes.

La octava edición de Bogotá Fashion Week – BFW consolidó su posicionamiento como plataforma clave para el fortalecimiento del sistema moda. El evento recibió 31.000 asistentes (12.835 más que en 2024) y generó expectativas de negocio por USD 10,6 millones, además de ventas retail por \$250 millones. Participaron 140 diseñadores y marcas en siete segmentos de producto, seleccionados entre 518 postulaciones y contó con la presencia de 79 compradores de 22 países. Se ofrecieron 999 horas de consultoría especializada y se desarrollaron espacios como la Tienda Multimarca, el proyecto [P U E N T E] con 13 marcas en pasarela y la participación de 25 empresarios de Cucunubá y Sopó en el componente Tejido Cundinamarca. La pasarela inaugural, a cargo de Jorge Duque, se realizó en la antigua Fábrica de Pastas El Gallo y se presentaron 27 desfiles de 45 marcas.

La feria también fortaleció su estrategia de internacionalización, inteligencia de negocios y sostenibilidad, implementando un enfoque integral para la proyección del talento nacional. Adicionalmente, se inició la convocatoria para la edición 2026 con la recepción de 753 propuestas. Bogotá Fashion Weekend – BFWKND contó con 35.000 visitas, 194 marcas en 80 espacios, 640 empresas impactadas con 224 actividades, 34 pasarelas, alcanzando ventas durante el evento de \$3.600 millones.

La decimocuarta edición de Bogotá Music Market – BOmm realizada en septiembre, se consolidó como la principal plataforma de promoción de la música hecha en Colombia, fortaleciendo el ecosistema musical y posicionando a Bogotá como epicentro cultural latinoamericano, con la realización de dos ruedas de negocios con 1.931 citas entre proyectos musicales, agencias, compradores y agentes de la industria en las que participaron 231 proyectos musicales, 28 agencias, 84 compradores y 114 agentes; se llevaron a cabo 32 show cases con más de 130 artistas, se desarrollaron conferencias, masterclass y actividades enfocadas en música electrónica. La feria contó con la participación de invitados internacionales, medios de prensa globales, 22 sellos discográficos independientes y una programación paralela que activó la vida nocturna de la ciudad. Se establecieron alianzas estratégicas con más de 10 entidades nacionales e internacionales y se implementó una ruta de formación previa que abordó temas clave del sector musical.

En la 16ª edición del Bogotá Audiovisual Market – BAM organizada por Proimágenes Colombia y la Cámara de Comercio de Bogotá, se acreditaron 2.357 participantes, se contó con representación de 29 departamentos del país, se agendaron 890 citas de negocio, se reportó cierres de negocio durante el evento por un valor total de USD 3.5 millones. Los compradores internacionales manifestaron expectativas de cierre de negocios por USD 32.8 millones. BAM regiones Fusagasugá 2025 contó con 32 Actividades, 6 clínicas especializadas en asesoría, 24 citas agendadas, 15 proyectos audiovisuales seleccionados y 177 asistentes únicos.

9. Promover la articulación entre actores públicos y privados para impulsar en Bogotá y Cundinamarca la generación de oportunidades que permitan fortalecer el desarrollo social y productivo

Durante el año 2025, la Cámara de Comercio de Bogotá consolidó su rol como articulador estratégico de actores públicos, privados, académicos y sociales para la promoción del valor compartido, la equidad, la diversidad y la inclusión en Bogotá y Cundinamarca. A través del fortalecimiento de la Red de Valor Compartido, que cerró el año con 33 entidades adheridas, y de la Red de Inclusión Productiva, integrada por 42 entidades aliadas, la CCB dinamizó un ecosistema colaborativo orientado a generar impacto social y económico sostenible, conectando capacidades empresariales, conocimiento académico y agendas públicas con las necesidades de poblaciones con mayores barreras de acceso a oportunidades productivas y laborales.

Este trabajo de articulación se tradujo en resultados concretos a lo largo del año, como la atención a 1.102 personas en procesos de empoderamiento económico y a 729 personas en estrategias de empleabilidad inclusiva, así como el acompañamiento a 94 emprendimientos inclusivos, que participaron en distintos espacios de visibilización y comercialización, alcanzando ventas acumuladas por \$129 millones. Adicionalmente, se desarrollaron hitos de alto impacto como el XI Campus de Creación e Innovación de Valor Compartido y Alianzas Multiactor, que reunió a 885 asistentes, y se promovió una presencia activa de la CCB en escenarios de incidencia institucional y política pública a nivel distrital, departamental, nacional e internacional, fortaleciendo el alcance y la capacidad de incidencia de ambas redes en temas de valor compartido, género, diversidad e inclusión.

Se realizó el seguimiento regulatorio a proyectos del orden nacional y distrital y se elaboraron 32 documentos con propuestas y recomendaciones a proyectos normativos y legislativos en proceso de consulta, en temas como: 1) protocolos de aprovechamiento económico, 2) gestión y ordenamiento ambiental, 3) escalera de la formalidad y creación de empresas, 4) proyecto de decreto sobre el aporte y participación de las cámaras de comercio en los programas, políticas de reindustrialización, turismo y comercio exterior. Se realizaron 39 espacios de articulación, destacándose mesas de trabajo con el Concejo de Bogotá y con el Congreso de la República, participación en espacios interinstitucionales locales y mesas de trabajo con Confecámaras.

En el marco del Comité de Integración Territorial - CIT, del cual la CCB ejerce la Secretaría Técnica, se realizaron 3 comités técnicos, 3 asambleas generales del CIT, 7 encuentros provinciales en Soacha, Sumapaz, Guavio, Sabana Centro, Oriente y Sabana Occidente, para generar acuerdos técnicos en torno a las vocaciones productivas y la infraestructura clave para la movilidad regional, y 4 espacios de articulación con los actores del CIT, orientados a promover el diálogo interinstitucional y fortalecer la coordinación en el desarrollo de la agenda 2025 del CIT.

10. Desarrollar la Agencia de empleo CCB para apoyar a las empresas en la consecución de capital humano identificable, pertinente y de calidad

En el marco del Programa Conexión Laboral que hace parte de la gran apuesta por el desarrollo de una Agencia de Empleo, la CCB estableció un modelo de empleabilidad inclusiva orientado a apoyar a las empresas en la consecución de capital humano identificable, pertinente y de calidad, al tiempo que fortalece las capacidades de las personas para su inserción en el empleo formal. Se brindó atención a 2.450 personas en espacios de formación, acompañamiento y ferias de empleabilidad inclusiva, con presencia en Bogotá y en municipios de Cundinamarca, priorizando población joven, mujeres cuidadoras y personas con barreras de acceso al mercado laboral.

Como parte de esta estrategia, se realizaron 8 ferias de Conexión Laboral, incluyendo eventos de gran formato y jornadas en región, en las que se atendieron 1.751 asistentes. Asimismo, 330 candidatos fueron presentados a vacantes inclusivas bajo la estrategia de la CCB y 369 personas fueron formadas en herramientas clave para la

búsqueda de empleo. El trabajo articulado con empresas aliadas permitió caracterizar y movilizar 6.000 vacantes inclusivas, mientras que la alianza con el Servicio Público de Empleo y agencias de empleo de cajas de compensación fortaleció las rutas de oportunidad laboral. Estos resultados posicionaron a la CCB como un actor clave en la promoción de la empleabilidad inclusiva y en la articulación efectiva entre la oferta empresarial y el talento diverso del territorio.

FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL CCB

El objetivo de este foco es fortalecer la operación de la CCB para mejorar sus capacidades tecnológicas, físicas y de talento humano, que permitan una mejor prestación de los servicios registrales y empresariales aumentando su presencia en Bogotá y Cundinamarca y la cercanía a sus empresarios y emprendedores.

En 2025, la Cámara de Comercio de Bogotá reafirmó su compromiso con una gestión institucional sólida y centrada en su función registral, fortaleciendo la prestación eficiente, confiable y moderna de los servicios públicos delegados. Este foco reunió iniciativas estratégicas orientadas a optimizar la experiencia del cliente, robustecer el modelo de administración, consolidar una operación digital e inclusiva, impulsar el desarrollo del talento humano y asegurar una ejecución efectiva de la estrategia.

A continuación, se presentan los principales avances que reflejan una gestión alineada con las necesidades de los empresarios y con los retos de transformación que exige el entorno.

INDICADORES

Los resultados del foco de Fortalecimiento Institucional en 2025 reflejan una gestión destacada que permitió avanzar en eficiencia operativa, cercanía territorial, experiencia del cliente, solidez tecnológica y cultura organizacional. Se superaron metas clave como ingresos por servicios registrales (112%), jornadas Cámara Móvil (127,66%), y engagement en redes sociales (100%), apalancadas en estrategias multicanal, presencia territorial reforzada y contenidos digitales efectivos. La infraestructura tecnológica mantuvo su disponibilidad por encima de lo esperado (100,3%), asegurando continuidad operativa. Indicadores como la apropiación de la estrategia institucional y el NPS confirmaron altos niveles de reconocimiento y recomendación por parte de clientes y equipos de trabajo. En conjunto, los resultados evidencian un fortalecimiento institucional integral, clave para la sostenibilidad, la confianza y la generación de valor público en Bogotá y Cundinamarca.

INDICADOR	FRECUENCIA	META 2025	RESULTADO	% CUMP.
Ingresos Servicios Registrales ¹	Mensual	\$ 411.181,83	\$459.464,50	112%
Índice de renovación de la población con último año renovado (UAR -1) ²	Mensual	77,00%	77,12%	100,16%
Jornadas Cámara Móvil locales y regionales ³	Trimestral	470	600	127,66%
Puesta en operación de nuevas sedes y puntos de atención ⁴	Trimestral	1	1	100,00%
Disponibilidad de la infraestructura de los Sistemas de Información ⁵	Trimestral	99,70%	100,00%	100,30%
Engagement rate en redes sociales de la CCB ⁶	Trimestral	13,00%	15,00%	100,00%
Estabilidad de la reputación de la CCB ⁷	Trimestral	10	9	90,00%
Apropiación de la Estrategia de la CCB ⁸	Anual	95,00	95,52	100,55%
Net Promoter Score (NPS) - Total CCB (nivel de recomendación de los clientes) ⁹	Anual	79,70	81,50	102,26%
Employee Net Promoter Score (ENPS) ¹⁰	Anual	65,00	63,60	97,85%

1. El recaudo de ingresos superó la meta establecida, apalancado en una campaña integral de comunicación multicanal.

2. Con la implementación del nuevo esquema tarifario establecido en el Decreto 0045 de 2024, la CCB cumplió la meta definida, apalancada en una estrategia comercial de recordación de pago desplegada a través de múltiples canales y dirigida a los distintos segmentos empresariales.
3. La meta proyectada fue superada como resultado del fortalecimiento de la capacidad operativa y del incremento en la demanda institucional de participación en eventos estratégicos de la CCB.
4. Entró en operación el punto de atención ubicado en el SuperCADE de Suba, el cual, a través de dos módulos de atención, ha permitido gestionar 5.548 interacciones desde su apertura, fortaleciendo la presencia territorial de la entidad.
5. La infraestructura de los sistemas de información presentó un desempeño óptimo, evidenciando la estabilidad y eficiencia de las plataformas tecnológicas y garantizando la continuidad de los servicios y el soporte oportuno a los procesos misionales de la entidad.
6. Instagram se consolidó como la plataforma con mayor aporte a los resultados del año, alcanzando una tasa de 24 %, impulsada por el uso estratégico de contenido en formato video, especialmente en iniciativas como GoFest y +Talante.
7. En el último ciclo de evaluación, la favorabilidad registró una leve disminución dentro del indicador de reputación, influenciada principalmente por conversaciones en redes sociales asociadas a procesos internos y gestión del talento humano.
8. El indicador se cumplió, evidenciando que la organización reconoce la estrategia institucional vigente; no obstante, se identifican oportunidades para reforzar el conocimiento de sus componentes y la razón de ser de cada foco estratégico, con el fin de fortalecer su apropiación.
9. La CCB cerró el año 2025 con un desempeño sobresaliente en la Voz del Cliente, reflejando una experiencia sólida y confiable, traducida en altos niveles de satisfacción y una recomendación ampliamente positiva por parte de los usuarios.
10. Se registró un incremento de 5 puntos frente al año anterior; sin embargo, el resultado se mantiene por debajo de la meta, asociado a las expectativas de los colaboradores en aspectos como liderazgo empático, desarrollo profesional, cultura organizacional y trabajo en equipo.

GRANDES APUESTAS FOCO 3

1. Ajustar y fortalecer el modelo de atención y relacionamiento con los clientes utilizando datos

En el marco de esta apuesta, el Proyecto de Omnicanalidad orientado a ofrecer a los clientes una experiencia coherente, eficiente y fluida, integrando los canales de atención, se consolidó con 755.436 interacciones y 427.749 clientes únicos atendidos a través del ecosistema digital. La adopción sostenida de los canales virtuales, liderada por WhatsApp y la App Móvil, permitió alcanzar un 39% de autogestión, fortaleciendo la autonomía del usuario y optimizando la eficiencia operativa.

El Proyecto App Móvil alcanzó 21.612 interacciones, lo que representa una variación de -27% frente a 2024 (29.796 interacciones); no obstante, el enfoque en afiliados logró un crecimiento del 150% en las descargas de carnés respecto a 2024. Adicionalmente, con las nuevas funcionalidades implementadas orientadas a la fidelización, se habilitaron 8 trámites auto gestionables, reforzando el objetivo de facilitar el acceso a servicios de manera ágil y eficiente. Entre los principales avances se destacan el módulo de cámara móvil con calendario de eventos, el servicio de agendamiento de asesorías virtuales, la optimización de la navegación con mayor velocidad y búsqueda rápida, el alquiler de salones, la descarga ágil de documentos y el acceso directo a noticias y actividades sin necesidad de registro.

En asesorías virtuales se gestionaron 18.441 interacciones/asesorías efectivas y se atendieron 17.031 clientes únicos en este canal; se recibieron 10.085 casos de PQRS, un aumento del 1% respecto al mismo periodo de 2024; se fortaleció el modelo VOC mediante el diagnóstico UX de Qualtrics, la creación del dashboard CTL y mejoras en la experiencia de usuario de los tableros, logrando un NPS de 81,5. Además, se recopiló información clave sobre favorabilidad y necesidades del cliente a través de estudios ad hoc y del barómetro de necesidades del cliente y se consolidó el índice de conocimiento del portafolio, integrando datos desde distintas fuentes de percepción del cliente.

2. Evaluar la pertinencia de portafolio de servicios y su desarrollo

En el marco de la gestión integral del portafolio de servicios, que articula 11 líneas prestadoras, al cierre de 2025 se consolidaron avances relevantes en términos de inclusión, visibilidad y apropiación de la oferta institucional.

Como principal resultado, se implementó “La Llave” como un nuevo modelo de relacionamiento e inclusión económica para empresarios y emprendedores de la región. Desde su puesta en marcha, la CCB ha entregado más de 70.000 llaves simbólicas, a través de la estrategia “Somos Llaves” y su premisa “Vamos donde tú estás”, logrando ampliar significativamente el alcance del portafolio hacia barrios, veredas, territorios rurales, plazas de mercado, grandes eventos de alto impacto —como +Talante, GoFest, la Cumbre Mundial de Sostenibilidad y Vitritur—, así como mediante la atención en sedes y la Cámara Móvil.

Gracias a las estrategias de visibilidad, cercanía e inclusión territorial, la demanda digital del portafolio evidenció un crecimiento sostenido, pasando de un promedio de 5.565 visitas mensuales entre agosto y diciembre de 2024 a 8.092 visitas mensuales en 2025, lo que representa un incremento del 45 %. Este resultado refleja una mayor apropiación de los servicios digitales, una mejor recordación del portafolio, el fortalecimiento de la autogestión y avances significativos en la consolidación de un modelo omnicanal, posicionando a la CCB como una plataforma integral de desarrollo empresarial.

3. Fortalecer el talento humano al interior de la CCB

Desde esta apuesta institucional se resalta la importancia de la planificación estratégica, el desarrollo profesional continuo y la consolidación de un entorno laboral que promueve el compromiso y la satisfacción de los colaboradores. En este marco, se vincularon 369 colaboradores (27 indefinidos, 281 a término fijo y 61 aprendices) y se coordinó la gestión de 522 personas a través de la empresa de servicios temporales – EST. Asimismo, se mantuvieron los 20 integrantes del Programa de Inclusión Laboral (17 de la Agencia para la Reincorporación y la Normalización – ARN y 3 del programa Amigos del Alma), y se realizaron 3 entregas de dotación para colaboradores con contrato a término fijo y para 94 colaboradores cobijados bajo el pacto colectivo. En materia de balance entre vida personal, trabajo y productividad, el Centro de Bienestar Infantil – NUBI atendió 717 solicitudes, con un promedio mensual de 90 asistencias y 22 por semana, orientadas al desarrollo infantil integral, nutrición y apoyo psicosocial. El Club de Tareas acompañó los procesos educativos de los hijos de los colaboradores en primaria y bachillerato, otorgando 38 membresías y desarrollando 130 sesiones de apoyo escolar para 30 niños. En cuanto a beneficios, se otorgaron más de 1.000 auxilios, destacándose los de salud, educación para hijos y servicios ópticos. De igual forma, se promovió el esquema de trabajo flexible, donde el 70% de los colaboradores teletrabajaron entre 1 y 3 días por semana, y se gestionaron licencias extendidas de maternidad y paternidad. Se llevaron a cabo las Olimpiadas Deportivas CCB en Melgar, con la participación de 150 colaboradores.

Por otra parte, se avanzó en diversas acciones del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo – SG-SST, incluyendo: i) la actualización de documentos; ii) la constitución e instalación del COPASST 2025–2027; iii) la actualización de representantes del Comité de Convivencia; iv) el desarrollo de jornadas de vacunación, pausas activas, adecuaciones ergonómicas y actividades físicas y preventivas; v) la divulgación de prácticas para el cuidado de la salud mental, fortaleciendo los espacios de descanso activo mediante la Sala Recrea, que contó con 392 usuarios; vi) la realización de caminatas ecológicas en la Finca La Cascada y en Chinauta Real, cada una con 60 asistentes; vii) la ejecución de webinars orientados al bienestar psicológico, emocional y relacional; y viii) el avance en el diagnóstico para la implementación de la Norma ISO 45001.

En materia de formación y desarrollo, se gestionaron 1.418 solicitudes de formación, alcanzando un 94% de cobertura en formación core o profesional. Se capacitó a 510 colaboradores para la temporada de renovaciones. Adicionalmente, se desarrollaron 309 oportunidades internas de desarrollo (298 encargos y 11 promociones), y se realizaron 28 evaluaciones de periodo de prueba, con un promedio de 91/100. Finalmente, se llevó a cabo con éxito la V versión del programa de mentoría para mujeres.

Asimismo, se consolidó el Sistema de Gestión de Innovación - SGI mediante la definición de sus 6 componentes estratégicos: estrategia, gobierno, proceso de innovación, cultura, gestión del conocimiento y propiedad intelectual, y ecosistema de innovación. Se formuló el Plan de Implementación del SGI junto con los planes operativos complementarios de comunicaciones, capacitaciones, cultura, conocimiento e incentivos, que estructuran su despliegue. Estos avances fortalecieron la capacidad institucional para gestionar la innovación de manera transversal y sostenible, alineada con el direccionamiento estratégico 2025–2030 y con los estándares de la NTC 5801 y la ISO 56001, logrando excelentes resultados en la auditoría del Sello de Buenas Prácticas en Innovación realizada por el Icontec.

4. Rediseñar procesos, reduciendo procedimientos complejos y engorrosos

Respecto a esta iniciativa, la Cámara culminó con resultados positivos en los procesos priorizados, logrando que 4 de los 5 procesos alcanzaran el 100% de cumplimiento de las métricas de desempeño, superando la meta proyectada. Entre los avances más relevantes se encuentran la eliminación de tareas manuales, el fortalecimiento del control y seguimiento de procesos, la simplificación de trámites y una mayor articulación entre áreas. El proceso restante, adscrito a la Vicepresidencia de Tecnología, se abordará como una mejora integral de procesos durante el 2026.

Por otra parte, se alcanzó el 100% del Plan de Mantenimiento y Mejora del Sistema de Gestión 2025, logrando la recertificación bajo la norma ISO 9001:2015. Se avanzó en la implementación de las recomendaciones de auditoría y de las oportunidades de mejora identificadas. Complementariamente, se realizó el análisis de 23 normas técnicas, destacándose la certificación del Centro de Arbitraje y Conciliación bajo la NTC 5906.

Adicionalmente, se actualizó la Política de Calidad, alineándola con el propósito superior, las MEGAS y los focos estratégicos, incorporando la enmienda ambiental de la ISO 9001. También se actualizó el Modelo Integrado de Gestión (MIG), con la creación del pilar de gobierno de datos, la integración de componentes de ciberseguridad y la formalización de roles y comités de gobernanza. En materia de mejora continua, se actualizó el 45,9% de la documentación del Sistema (474 documentos) y se gestionaron 24 acciones de mejoramiento (8 correctivas y 16 preventivas).

El proyecto Productividad IA – Fase II finalizó con el 100% de cumplimiento de su objetivo y alcance, consolidándose como un eje de transformación digital y eficiencia operativa. La implementación de ChatGPT, Veo3, Cursor y Gamma generó impactos medibles en productividad y autonomía institucional: con ChatGPT se optimizó el 51,5% del tiempo en más de 280 casos de uso; Veo3 redujo hasta en 90% los tiempos de producción audiovisual, eliminando la dependencia de proveedores externos; Cursor fortaleció la capacidad interna de desarrollo tecnológico; y Gamma permitió un ahorro del 37,7% en la elaboración de presentaciones.

En el marco de la estrategia CCB Accesible, orientada a eliminar barreras y garantizar experiencias más incluyentes para empresarios, usuarios y colaboradores, se impactó a más de 62.000 personas mediante una campaña multicanal. Asimismo, se instaló software especializado en 86 equipos, se formó a 154 colaboradores en atención a personas con discapacidad sensorial y se obtuvo el reconocimiento de la Asociación Colombiana de Sordociegos – SURCOE como entidad aliada de la población sordociega.

En cuanto al Proyecto de WhatsApp Transaccional, se habilitó la compra y descarga de certificados por esta vía, alcanzando 587 transacciones por un valor de \$4,7 millones. El proyecto Modelo de Experiencia / Atención CCB avanzó en la estructuración del modelo de analítica BOX, el fortalecimiento de la cultura organizacional mediante la afiliación al GCX y la participación en eventos como GoXperience, así como en ejercicios de co-creación con empresas referentes en experiencia del cliente, como Sodimac.

En el Proyecto de Estrategia de Portales, parte del Programa Colonia Digital, se concluyó la fase I de caracterización con 15 fichas técnicas, entrevistas clave y la elaboración de un mapa unificado del ecosistema digital de la CCB. La fase II avanzó en la definición de lineamientos de uso de los portales. Este ejercicio permitió identificar 5 nuevos segmentos de clientes y definir 4 categorías que agrupan más de 1.000 servicios, abriendo oportunidades para simplificar la navegación, estandarizar funcionalidades y eliminar duplicidades, construyendo así experiencias más coherentes y centradas en el usuario.

Finalmente, el Proyecto de Evolución de la Experiencia completó su etapa de entendimiento mediante 10 sesiones con usuarios y espacios de trabajo con 7 líderes de distintas áreas, orientados al análisis de la experiencia actual de empresarios y emprendedores en los procesos de autenticación y acceso a los servicios digitales de la entidad.

5. Reforzar la presencia institucional en Bogotá y Cundinamarca obteniendo visibilidad por parte de los empresarios

Al cierre del año, se atendieron 561.800 clientes únicos generando más de 1,4 millones de interacciones a través de distintos canales. En cuanto a la gestión de canales presenciales y operaciones, se registraron más de 727 mil interacciones, atendiendo más de 352 mil clientes únicos. Por su parte, Cámara Móvil realizó 600 jornadas, de las cuales 558 fueron en región y 2.124 visitas a establecimientos de comercio quienes conocieron desde su lugar de trabajo el portafolio de servicios CCB.

Frente a la temporada de renovaciones 2025, se implementaron los cambios normativos en los sistemas registrales y se garantizó la disponibilidad del 100% de los servicios registrales mediante un monitoreo continuo 24/7, el fortalecimiento de la infraestructura de seguridad de la información y la actualización de dispositivos de red. Así mismo, se ampliaron las capacidades de procesamiento, almacenamiento, telecomunicaciones y soporte técnico, lo que permitió una operación más robusta y eficiente. Como parte de estas acciones, se implementó una sala de monitoreo en tiempo real para supervisar el desempeño de los sistemas. Adicionalmente, se brindó acompañamiento y apoyo técnico en la gestión de instalaciones y configuraciones del SuperCADE de Suba, el cual fue habilitado para atender la demanda de usuarios durante esta temporada, logrando en renovaciones más de 81 mil interacciones, cumpliendo al 99% la proyección y asegurando una óptima experiencia para los clientes (en los últimos 5 días hábiles se registraron 27.401 interacciones).

La estrategia “Somos Llaves y vamos donde tú estás” impactó a 3.428 empresarios de la economía popular en 33 municipios y 5 localidades, con el acompañamiento de 298 colaboradores, por otra parte, la estrategia “CCB Contigo” contactó a 16.037 empresas, identificando 2.213 necesidades empresariales. Además, en las sedes se implementó el nuevo modelo de atención con enfoque en fortalecimiento empresarial, logrando 11.487 interacciones en cinco sedes.

Igualmente, la Cámara reforzó su presencia en Bogotá y Cundinamarca a través de acciones como: 1) el Periódico Somos Llaves que publicó 10 ediciones con 500.000 ejemplares por edición, distribuidos en Bogotá y Cundinamarca, 2) el Programa de Televisión Somos Llaves con 10 emisiones transmitidas por Canal Capital y CityTV, 3) la Revista Negocia, que publicó 4 ediciones con 7.500 ejemplares, logrando una distribución focalizada y directa a medianos y grandes empresarios, autoridades, gremios y academia. Por otra parte, la emisora CCB Radio alcanzó cerca de

9.500 oyentes y una emisión continua las 24 horas del día, nuevas instalaciones, transmisión en más de 25 países y una parrilla de 26 programas y se lanzó el Portal Infantil y Juvenil (soyjuven.ccb.org.co).

En paralelo, la campaña institucional Somos Llaves fortaleció el posicionamiento de la CCB como plataforma de visibilidad empresarial en Bogotá y Cundinamarca, con una estrategia específica para los 58 municipios de la jurisdicción. La campaña generó 49,5 millones de impactos, 1,63 millones de clics, 10,7 millones de reproducciones de video y 372.165 visitas al portal web, con amplia presencia en radio, televisión, TransMilenio y vía pública. Esta estrategia fue reconocida como la Mejor Estrategia de Medios en los Premios Latam Digital.

Además, para mejorar la visibilidad de la CCB, frente al servicio de alquiler de salas y salones, se simplificó el formulario de solicitud de espacios en la página web pasando de 36 a 9 preguntas, se habilitaron canales de atención directa vía WhatsApp y correo exclusivo, que han sido utilizados por 60 usuarios, con una efectividad del 40% en gestiones concretadas, mejorando así, la experiencia del cliente y la agilidad en los procesos comerciales, igualmente, se diseñó una estrategia de visibilidad y posicionamiento con un video promocional que generó más de 71.600 visualizaciones y 39.517 clics, se actualizaron las piezas gráficas de las sedes. Se gestionaron 539 reservas externas y 2.576 internas efectivas, se realizaron 2.218 actividades virtuales e híbridas y se brindó acompañamiento y soporte a más de 20 eventos de alto impacto local tales como Gofest, BizFest, ARTBO, ExpoTechLago y la Cumbre Internacional Bogotá–Cundinamarca y misiones internacionales.

En el marco del Programa Colonia Digital, se avanzó en la consolidación de iniciativas clave para fortalecer el ecosistema digital de la CCB, se gestionó la contratación de una solución tecnológica para optimizar comunidades digitales y eventos, se iniciaron las actividades para mejorar las capacidades de e-marketing en BazaarBog y Enlaces de Negocio. En el Proyecto Portales, se identificaron necesidades institucionales para avanzar en la contratación de seis portales estratégicos. De otro lado en relación con comunidades y eventos, se contrató la solución tecnológica que fortalecerá las comunidades digitales de la CCB y optimizará la gestión de eventos, convocatorias y la curaduría de contenidos en articulación con la Gerencia de Plataformas y las Vicepresidencias de Competitividad y Fortalecimiento Empresarial y se incluyó el catálogo de productos de exportación de los diferentes clústeres en la “Plataforma Comunidad Digital”, un espacio para que las empresas registren información básica de sus productos y servicios, con descripciones, imágenes, videos y botones de contacto.

El Plan Estratégico de Tecnologías de Información y Comunicaciones - PETIC continúa guiando la transformación digital de la entidad, con 3 programas y 22 iniciativas alineadas a seis focos estratégicos. En el marco de la modernización tecnológica, se migró el motor de base de datos del Sistema de Registros Públicos a Amazon Web Services, se implementó Internet Satelital Starlink en las sedes y Cámara Móvil, y se migraron las líneas telefónicas a troncales SIP. También se realizó la instalación de nuevos switches de red en el Centro de Arbitraje y Conciliación, como parte de la estrategia de fortalecimiento tecnológico y se fortaleció la seguridad perimetral con la actualización de firewalls.

Se renovaron todas las estaciones de trabajo incorporando soporte para inteligencia artificial, se gestionó oportunamente la renovación de licencias y suscripciones, garantizando la continuidad operativa. Se brindó apoyo técnico en la apertura del SuperCADE Suba y se implementaron mejoras en el sistema SIREP. Se realizó el despliegue de la nueva versión de Certihuella y funcionalidad de reparto masivo del RUP. Igualmente, se desarrollaron herramientas digitales como un pop-up informativo y una calculadora de renovaciones. Adicionalmente, se entregaron adecuaciones en facturación electrónica y mejoras en la pasarela de pagos. Se realizaron configuraciones para el bloqueo de matrículas nuevas en Soacha y se reforzó el control de accesos a Mundo Aventura. En la herramienta SAP Success Factors se habilitó la gestión de objetivos y desempeño para la vigencia actual. Se incorporaron capacidades de IA para la atención al cliente interno. Y se implementaron 13 mejoras funcionales en la plataforma AVANZA.

6. Asegurar y liderar la ejecución efectiva del proceso de planificación estratégica

Durante el 2025, la organización alineó integralmente el Plan de Acción y la Adenda 2025 conforme a los lineamientos de la Junta Directiva y al convenio suscrito entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y CONFECÁMARAS. Se formularon hitos tácticos para garantizar el cumplimiento del plan aprobado y se fortaleció el tablero de control institucional, consolidando el monitoreo de la Cámara de Comercio de Bogotá y sus filiales. Asimismo, se definieron acciones para mejorar los componentes con menor calificación en el índice de percepción del control interno, apoyadas por dos videos institucionales sobre tableros de control y seguimiento estratégico, promoviendo su uso en iCámara.

Adicionalmente, se revisaron y actualizaron 21 modelos de negocio para asegurar su alineación con la planeación estratégica y se brindó acompañamiento técnico a las áreas en la formulación de órdenes internas dentro del proceso de planeación y presupuesto 2026. Asimismo, se analizaron los avances de las grandes apuestas estratégicas para identificar oportunidades de mejora y fortalecer la gestión organizacional, garantizando el cumplimiento normativo mediante la estructuración, análisis y reporte oportuno de la información a los entes de control.

En materia de riesgo, se fortaleció la gestión mediante la actualización de las matrices y el acompañamiento a más de 29 programas y proyectos. La Junta Directiva aprobó la actualización del apetito de riesgo, previamente revisado por el Comité de Buen Gobierno, Riesgo y Auditoría, así como la Política de Continuidad de Negocio. Se desarrollaron 10 simulacros y pruebas funcionales, y se brindó soporte al PMU durante la temporada de renovaciones.

Asimismo, la Junta Directiva aprobó las políticas y manuales del SAGRILAFT y del PTEE, y designó a la Gerente de Planeación como Oficial de Cumplimiento. Se llevaron a cabo capacitaciones sobre Gestión de Riesgos y sobre la importancia del SAGRILAFT y del PTEE en la prevención de riesgos, incluyendo el despliegue del curso “Integridad que construye confianza: SAGRILAFT y PTEE”. Se gestionaron 550 debidas diligencias intensificadas y se acompañó a 6 cámaras de comercio en la implementación del Régimen de Medidas Mínimas. A través de la plataforma lineaetica.ccb.org.co y otros canales se recibieron 17 denuncias, las cuales fueron gestionadas de manera oportuna y confidencial conforme a los procedimientos establecidos: 4 fueron desestimadas por falta de información suficiente y las 13 restantes, aunque no descartadas, no derivaron en acciones adicionales al verificarse que los hechos no se evidenciaron en la revisión realizada.

Por otra parte, se consolidó la gestión en materia de protección de datos personales mediante la actualización de la Política de Protección de Datos Personales, la atención del 100% de las consultas, asesorías y reclamaciones recibidas, y la actualización oportuna del Registro Nacional de Bases de Datos – RNBD. Se implementó además un proceso automatizado para la gestión de bases de datos. En total, se emitieron 158 conceptos, 191 avisos de privacidad, y se brindaron 220 asesorías y acompañamientos contractuales, asegurando el cumplimiento normativo. Asimismo, se fortaleció la trazabilidad de la información pública mediante el seguimiento mensual a la sección de transparencia y la presentación del reporte ITA con 100% de cumplimiento, manteniendo a la Cámara de Comercio de Bogotá alineada con las exigencias legales vigentes.

En relación con la gestión de proyectos, la CCB consolidó un portafolio más enfocado en iniciativas transformacionales, reduciéndolo de 36 a 18 proyectos alineados con la estrategia institucional. Se aplicaron criterios metodológicos para priorizar y reubicar iniciativas, lo que permitió una mayor madurez en su implementación. Durante la vigencia se cerraron satisfactoriamente 14 proyectos, habilitando capacidades clave para la transformación digital, la innovación y la competitividad empresarial. El seguimiento se fortaleció mediante tableros Power BI que mejoraron la visualización de los avances físicos y presupuestales. Adicionalmente, se implementó una matriz de interrelación de proyectos para identificar sinergias y riesgos. Finalmente, se promovió el desarrollo de los líderes de proyectos mediante encuentros, reconocimientos y evaluaciones de competencias, y se avanzó en una nueva arquitectura de procesos para fortalecer la práctica institucional de gestión de proyectos.

7. Fortalecer el posicionamiento y la reputación de la entidad mediante la divulgación efectiva del portafolio de servicios

En relación con la comunicación de iniciativas y programas, se gestionaron 4.490 briefs de comunicación. La campaña de renovación mercantil generó un aumento del 80 % en visitas a servicios virtuales y un 6 % en el portal web, con 165 campañas y más de 10 millones de correos enviados, alcanzando una tasa de apertura promedio del 39%. Se acompañó la promoción, divulgación y posicionamiento de eventos estratégicos de alto impacto económico, cultural, social y empresarial, con resultados sobresalientes en asistencia, negocios y visibilidad tales como la feria +Talante que, en su segunda edición, registró 17.000 visitantes únicos, Gofest a través de un newswire internacional generó más de 700 impactos en medios, San Victorino a la Moda desarrolló una campaña innovadora, primera de la CCB creada con uso de inteligencia artificial en imagen y video, logrando 14.157 interacciones y un engagement del 22,6%, reflejando alta participación de la audiencia, en el marco de la Convención de la World Boxing Organization (WBO) y el Foro Internacional de la Economía del Deporte se alcanzaron 239 impactos en medios, con un valor editorial de \$5.405 millones.

En medios, se registraron 13.556 apariciones, se emitieron 119 comunicados de prensa, más de 113 convocatorias a medios y se realizaron 4 ruedas de prensa. En medios internos, se produjeron 45 boletines “Nuestro ADN” con un 59% de apertura, 549.351 vistas a páginas, publicación de 399 noticias en la intranet y 663 animaciones en Cámaratv. Se divulgaron 60 publicaciones a través de Viva Engage, con un promedio de 900 vistas; se realizaron 4 encuentros virtuales con el presidente ¡Claros con la CCB!, que contaron con 710 personas conectadas y desde la plataforma de Embajadores CCB, se enviaron 29 campañas, 1.938 contenidos compartidos por los/as embajadores/as con un alcance estimado de 717.236 personas y un ahorro en inversión aproximado de \$168.1 millones (pago a influenciadores/as).

En mercadeo y publicidad, se alcanzó un NPS de 50,4 y 15,6 millones de sesiones en el portal web de la CCB. En redes sociales, la entidad alcanzó 8,7 millones de impresiones y 1,33 millones de interacciones, con un engagement rate del 15%. Las comunidades crecieron 9,9%, llegando a 571.852 seguidores y se ejecutaron 21 campañas de influencer marketing con 82 talentos y dos tropas de X. Por otra parte, se consiguieron recursos a través de alianzas y patrocinios por \$3.033 millones, de los cuales en efectivo fueron \$1.826 millones, en canje \$765 millones, en ahorro \$281 millones y en concesiones \$114 millones.

8. Gestión jurídica eficiente

Se realizaron 361 estudios de sector y/o sondeos de mercado, y se hizo una invitación abierta y masiva a 35.157 proveedores, incluyendo aquellos inscritos en el RUP. Como resultado, 44% de los proveedores celebraron por primera vez un contrato con la CCB y 2.086 nuevos proveedores potenciales se inscribieron en el Portal de Contratación. Adicionalmente, se optimizó el procedimiento de inscripción de proveedores, se implementó la divulgación y socialización de los lineamientos de las políticas SAGRILAFT y PTEE, y se creó el procedimiento sancionatorio contractual, garantizando transparencia y debido proceso.

En cuanto a la gestión contractual, se elaboraron 1.068 contratos y 356 actas de modificación, atendiendo las determinaciones internas orientadas a contratar bienes y servicios en las mejores condiciones de mercado. Se registró una eficiencia presupuestal de \$11.958 millones en convocatorias públicas y privadas, lo que permitió redirigir recursos a otras necesidades contractuales.

El Comité Asesor de Contratación revisó 641 temas, se capacitó a 154 supervisores, y se implementaron minutas estandarizadas según la modalidad contractual. Igualmente, se asumió la implementación de las políticas SAGRILAF y PTEE, incluyendo la verificación de partes relacionadas y listas restrictivas.

En materia de asesoría y defensa judicial, se atendieron 5.266 trámites jurídicos, entre ellos 14 procesos disciplinarios, 6 impugnaciones ante el Comité de Afiliación y 16 procesos sancionatorios contractuales.

En representación judicial, se gestionaron 43 procesos (38 vigentes), 98 tutelas, 22 denuncias penales, 2 procesos de cobro coactivo y 6 conciliaciones extrajudiciales. Entre los logros destacados se encuentran: un acuerdo extraprocésal con IG SERVICES SAS, una sentencia favorable en un proceso de nulidad por \$6.046 millones, un acuerdo conciliatorio ante la Dirección Nacional de Derecho de Autor y una sentencia de primera instancia favorable a la CCB en el proceso de responsabilidad civil contractual 2023-121.

Asimismo, se realizaron 8 actualizaciones al Mapa de Responsables Legales, se revisaron 620 normas y 100 actos administrativos, y se analizaron el Decreto 175 de 2025 (impuesto de timbre), la Reforma Laboral (Ley 2466 del 25 de junio) y la Resolución 100-033331 del 9 de mayo de 2025, que aprueba el Reglamento Único de las Cámaras de Comercio y sus Centros de Conciliación y Arbitraje para el PRES.

En materia de propiedad intelectual, se obtuvo el registro de la marca “Un Centro de Arbitraje para las Américas” en Panamá, así como de BAZZARBOG, CCB Radio y Media Maratón de Cundinamarca. Se solicitaron los registros de PUENTE y 2600 Campus, y ante INDECOPI, autoridad marcara de Perú, se tramitó el registro de la marca Centro de Arbitraje y Conciliación CCB. También se promovió una campaña interna sobre derechos de autor.

En cumplimiento de la función legal de certificar la costumbre mercantil, se realizaron encuestas sobre: arrendamiento de máquinas autobomba de concreto, poder de decisión en contratos de coproducción en la industria audiovisual y la entrega de “Vale” en la compraventa al por mayor para reclamo de mercancías en bodegas del mercado de abastos. Se emitió la viabilidad jurídica favorable sobre la costumbre del plazo para el pago de mercancías en plazas de mercado, así como la viabilidad jurídica de la costumbre del apartado de ropa en los municipios de Cundinamarca y del cierre de cocinas antes del cierre del establecimiento de comercio. Se integró y llevó a cabo una reunión ordinaria del Comité Interdisciplinario de Costumbre Mercantil, se realizaron 3 reuniones ordinarias adicionales, y se celebró la IV versión del Concurso de Investigación en Costumbre Mercantil, que contó con 48 participantes.

9. Implementar estrategias que fomenten la gestión administrativa y financiera

En 2025 se alcanzaron avances significativos en la gestión financiera y administrativa. En el portafolio de inversiones se obtuvieron ingresos superiores a \$47.000 millones y se recaudaron \$37.000 millones a través de botones de pago (Nequi, Daviplata y Bancolombia), lo que representó más de 709.000 transacciones. Asimismo, se diseñó y aprobó la estrategia de actualización de los cupos de entidades financieras y de la política del portafolio de inversiones de la CCB. De igual manera, se implementó la estrategia de tarifas para la Cámara de Comercio de Soacha - CC Soacha, reflejada en la cuantificación de costos y del remanente por la prestación de servicios registrales a dicha entidad.

En cuanto a la gestión administrativa, se generaron 144.221,41 kWh de energía fotovoltaica como parte del proceso de transición energética. Se atendieron oportunamente los requerimientos de la mesa de servicio y se logró la migración e integración exitosa de 166.728 registros documentales. También se gestionaron 2.056 solicitudes de transporte especial, equivalentes al traslado de 40.000 empresarios, y se actualizó el Plan Operativo de Seguridad con base en las estadísticas delincuenciales suministradas por la Policía Nacional.

En materia contable, se presentaron y aprobaron los estados financieros separados y consolidados del ejercicio 2024, y se realizó oportunamente la declaración de ingresos y patrimonio, así como la información exógena nacional y distrital para 2025. Se efectuaron devoluciones por \$6.074 millones mediante 12.439 trámites gestionados a través de transferencia electrónica. En infraestructura, se contrató el sistema fotovoltaico para el edificio del CAC y la sede Chapinero, con la instalación de 42 paneles de 615W y 90 paneles de 580W. Se modernizó el Sistema de Detección de Incendios del CE Cedritos y se reemplazaron las UPS (Uninterruptible Power Supply o Sistema de Alimentación Ininterrumpida) de los centros empresariales de Chapinero, Kennedy y Sede Norte, mejorando las eficiencias de respaldo con equipos de alta tecnología. Adicionalmente, se entregaron las nuevas instalaciones de la emisora CCB Radio.

Por otra parte, el proyecto Transformación SAP RISE alcanzó el 100% de cumplimiento del cronograma contractual, permitiendo adjudicar y contratar el servicio de conversión y migración de la plataforma tecnológica hacia SAP RISE. El proyecto avanzó conforme a lo previsto en las fases de preparación y exploración, evidenciando una ejecución técnica adecuada y una planificación efectiva que contribuyen al fortalecimiento institucional.

10. Prestar y fortalecer el modelo de atención de los servicios registrales

La Cámara de Comercio de Bogotá, en cumplimiento de la función delegada para administrar los registros públicos, se ha constituido como una fuente de información moderna, eficaz y confiable, para todos los actores del entorno de negocios en el Distrito Capital y los 58 municipios de Cundinamarca que conforman su jurisdicción. Por esta razón, continuamente se trabaja en el fortalecimiento, la modernización y la ampliación de los servicios registrales, para incrementar la efectividad y la celeridad en los procesos, así como en la eficiencia, calidad y confiabilidad en la prestación de estos servicios. Dado esto, se alcanzaron unos ingresos por \$459.464 millones y se llevaron a cabo las acciones de recordación de pago por medios digitales, masivos y dirigidos, tales como: cartas, correo electrónico, telemarketing con agente y con robot, mensaje por WhatsApp con derivación a agente y mensajes de texto, a través de los cuales se incentivó a los empresarios para realizar la renovación oportuna de su matrícula o inscripción, resaltando los beneficios al renovar, como por ejemplo, la descarga de bases de datos, los pasaportes CCB gratis para ingresar a Mundo Aventura, el bono de descuento para un diplomado virtual ofrecido por la CCB y los programas para el fortalecimiento empresarial ofrecidos por la Entidad. Dentro de las acciones dirigidas, se realizaron más de 24,1 millones de contactos con los empresarios del Registro Mercantil y 630 mil con las entidades sin ánimo de lucro.

Para la temporada de renovaciones se capacitaron 494 brigadistas para la apropiación de conceptos y del nuevo modelo tarifario según el Decreto 045 de 2024, se diseñó una nueva calculadora de consulta de la tarifa de renovaciones y se gestionó una comunicación conjunta con la Alcaldía Mayor de Bogotá, Superintendencia de la Economía Solidaria y Gobernación de Cundinamarca, incentivando la renovación y cumplimiento de las demás obligaciones legales.

Por su parte, en el Registro Mercantil y de Entidades Sin Ánimo de Lucro – ESAL, se atendieron 261.276 solicitudes de inscripción de documentos y constituciones (237.155 de registro mercantil y 24.121 de ESAL) con un incremento del 2,7% respecto al mismo periodo del año anterior, se tramitaron más de 1,9 millones de solicitudes de certificados. Además, se presentaron 33.061 solicitudes de corrección y actualización, de las cuales el 18% no procedían, el 46% se corrigieron y el 36% correspondieron a actualizaciones de información por parte del matriculado o inscrito.

Frente al Registro Único Nacional de Entidades Operadoras de Libranza – RONEOL se atendieron 962 trámites entre inscripciones y renovaciones y 28.413 trámites del Registro Nacional de Turismo – RNT (73% solicitudes de renovación, 12% suspensión y 15% cancelación).

Para los Registros Mercantil, ESAL, RNT y RONEOL se realizaron 69 eventos de capacitación con 5.930 asistentes, de estos, 21 para el Registro Mercantil con 989 participantes, 274 para el Registro Único de Proponentes con 2.401 asistentes, 17 para las ESAL con 2.284 participantes, 2 para RNT con 166 participantes y 2 para RONEOL con 90 asistentes; se brindaron 88.545 asesorías en sede encaminadas a facilitar la matrícula de los empresarios y la constitución de sociedades y ESAL.

En materia de **Entidades Sin Ánimo de Lucro (ESAL)**, se firmó el 18 de junio 2025 el Memorando de Entendimiento 6200017892 suscrito entre la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) y la Secretaría Jurídica Distrital. Este Memorando constituye un hito en el fortalecimiento del trabajo articulado con la **Alcaldía Mayor de Bogotá**, al establecer un marco de acción conjunta para la mejora de los procesos de **inspección, vigilancia, control y registro** de las ESAL localizadas en Bogotá. A través de esta alianza, la CCB fortalece su posicionamiento como aliado estratégico que promueve soluciones articuladas para la construcción de una ciudad región sostenible y en el desarrollo del país, mediante la movilización y coordinación de actores públicos y privados. Adicionalmente, en su rol, la CCB como entidad coordinadora de 14 cámaras de comercio de las zonas centro y sur del país, fortaleció la articulación institucional y regional a través de 3 reuniones estratégicas con sus entidades vinculadas. Frente al Registro Único de Proponentes – RUP, se radicaron 23.870 solicitudes, lo cual representa un aumento de 0,4% respecto al 2024. De estas solicitudes, el 29% correspondieron a inscripciones, el 62% a renovaciones, el 8% a actualizaciones y el 1% a cancelaciones, además, se atendieron 1.066 consultas en el servicio de asesoría virtual del RUP y 14.577 consultas a través del servicio de WhatsApp. Al cierre del año se cuenta con 13.557 proponentes activos

Por otro lado, la Asesoría Jurídica Registral gestionó 96.901 consultas de empresarios, de las cuales 88.451 fueron presenciales y 8.450 virtuales. Se emitieron 531 resoluciones de recursos administrativos, además se recibieron 14.476 derechos de petición, 30 quejas y se atendieron 162 tutelas.

En los proyectos enfocados a los servicios registrales se lograron los siguientes avances: 1) Servicio digital de inscripción de documentos: se avanzó en la implementación de inteligencia artificial para la extracción de datos de constituciones, con una efectividad superior al 75% y más de 1.300 documentos procesados, además del desarrollo del nuevo modelo de servicio en prueba piloto en sede Salitre va en un 60% con fecha estimada de producción a inicio de 2026, 2) Rediseño de servicios virtuales registrales: se implementó una nueva página final en la compra de certificados que permite su descarga inmediata tras el pago, se finalizó el diseño del microservicio de gestión de imágenes y la cédula empresarial, a través de la cual los empresarios podrán publicar en sus locales que son comerciantes formalizados, permitiendo además que clientes, autoridades y el público en general validen el cumplimiento de la empresa con la sociedad, su comunidad y la normatividad vigente, 3) Nuevo sistema de administración de registros públicos: ha avanzado en los diseños de los flujos de proceso, de tecnología y de servicios (todos los servicios registrales diferentes al RUP), en un 20%.

11. Sistema de control interno de la Cámara de Comercio de Bogotá y sus filiales

En esta apuesta, se realizó la revisión de planes de acción y eficacia para 452 observaciones en la CCB y sus filiales, correspondientes al 66% de las observaciones abiertas hasta el 31 de diciembre de 2024. Se realizaron 8 auditorías adicionales no incluidas en el Plan General de Auditoría y se socializó el resultado del índice de percepción de Sistema de Control Interno. Así mismo, se emitieron 211 informes de auditoría que incluyen: 14 informes sobre el sorteo de árbitros del Centro de Arbitraje y Conciliación, 156 informes de seguimiento a hallazgos y recomendaciones, 28 informes de auditorías de procesos de la CCB, 7 informes en relación a una auditoría de excepción, 3 auditorías de contratos y 1 informe de auditoría de contratación.

Al 31 de diciembre, la Cámara tiene 163 hallazgos y recomendaciones abiertos y las filiales tienen 160 para todos los procesos auditados.

12. Promover la actualización continua y el liderazgo en innovación tecnológica, para estar a la vanguardia de las últimas tendencias y avances en el sector

En el marco de su estrategia de relacionamiento institucional y promoción de la innovación, la Cámara de Comercio de Bogotá adelantó diversas actividades clave durante el año. Se organizó el *Tech Day 2025* con la participación de CIOs, CEOs y representantes del Gobierno Nacional y Distrital. En alianza con ATENEA, se avanzó en la preparación del Segundo Comité Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación en Industria 4.0 e Inteligencia Artificial. Asimismo, la CCB lideró la II Cumbre de Inteligencia Artificial para el Sector Agro, que reunió a más de 600 asistentes. La CCB brindó respaldo logístico, técnico y estratégico, reafirmando su compromiso con la equidad, la inclusión y el fortalecimiento del liderazgo femenino en ciencia, tecnología e innovación.

En alianza con CINTEL, la Cámara de Comercio de Bogotá desarrolló talleres dirigidos a empresas con el propósito de medir y fortalecer su nivel de madurez organizacional en temáticas clave como transformación digital, innovación, analítica de datos y seguridad de la información. Estos espacios permitieron fortalecer las capacidades empresariales a través de la plataforma AceleraTIC. Adicionalmente, se participó en el 9º Encuentro de Líderes de Tecnología de las Cámaras de Comercio, un espacio donde se compartió la experiencia de los proyectos de transformación digital implementados con tecnologías emergentes que se vienen abordando desde la Cámara de Comercio de Bogotá.

13. Fortalecer la adopción de iniciativas de sostenibilidad y valor compartido de la CCB incluyendo sedes de carbono neutral

Para garantizar la implementación de la Política de Sostenibilidad y Valor Compartido de la Cámara de Comercio de Bogotá, se llevaron a cabo cuatro sesiones del Comité de Sostenibilidad Ambiental, en las cuales se definieron lineamientos y compromisos en materia de eficiencia energética, gestión de residuos, reducción de la huella de carbono y adopción de buenas prácticas empresariales.

En este marco, se avanzó en la medición, verificación y compensación de la huella de carbono corporativa 2023–2024, cuyos resultados ascienden a 1.047,82 toneladas de CO₂e en 2023 y 1.072,09 toneladas de CO₂e en 2024. De manera complementaria, se realizó la medición y compensación de la huella de carbono en 15 eventos institucionales, consolidando prácticas responsables en la organización de encuentros empresariales.

Adicionalmente, se publicó el Informe de Sostenibilidad 2024, el cual compila los avances y resultados de la vigencia anterior con base en estándares internacionales. Se avanzó también en la actualización del análisis de materialidad, orientado a definir los aspectos estratégicos de sostenibilidad que la entidad deberá gestionar en adelante.

Finalmente, se definió el plan de acción para la implementación de la Guía Técnica de la norma ISO 26000:2010, con el propósito de fortalecer la integración de la responsabilidad social y la sostenibilidad en la gestión organizacional.

NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS Y SERVICIOS

Este foco estratégico tiene como propósito incrementar los ingresos privados de la Cámara de Comercio de Bogotá mediante el fortalecimiento de los negocios privados existentes y la generación de nuevas oportunidades de negocio.

Durante 2025, la Cámara de Comercio de Bogotá consolidó este foco como un eje clave para fortalecer la competitividad empresarial y la confianza institucional, mediante una oferta integral de formación, información, afiliación y solución de conflictos, diseñada para responder de manera oportuna, especializada y centrada en el usuario. Las acciones desarrolladas permitieron mejorar la experiencia de empresarios y ciudadanos, ampliar el alcance de los servicios y elevar los estándares de calidad, eficiencia y articulación del ecosistema cameral. Este enfoque integral reafirma el rol de la CCB como un aliado estratégico para el desarrollo empresarial, la gestión del riesgo, la profesionalización del talento y la resolución pacífica de conflictos, sentando bases sólidas para la sostenibilidad y el fortalecimiento institucional en el mediano plazo.

A continuación, se detallan los principales indicadores y logros alcanzados, los cuales evidencian la efectividad de las intervenciones realizadas que servirán como base para proyectar los desafíos y líneas de acción del 2026, con el objetivo de profundizar y ampliar los resultados obtenidos.

INDICADORES

En 2025, la estrategia de afiliación superó la meta establecida (102,33 %), demostrando la efectividad del equipo y las acciones implementadas para fortalecer la vinculación empresarial, incluso en un contexto de cambios normativos. Aunque los ingresos privados estuvieron por debajo de la meta (92,63 %), se observó una tendencia positiva impulsada por la formación cerrada y el crecimiento sostenido en la venta de programas, lo que proyecta una recuperación y consolidación progresiva del modelo comercial.

INDICADOR	FRECUENCIA	META 2025	RESULTADO	% CUMP.
Ingresos privados ¹	Mensual	\$ 36.950,21	\$34.226,48	92,63%
Número de afiliados ²	Mensual	20.000	20.466	102,33%

1. Los ingresos privados se ubicaron por debajo de lo proyectado, principalmente como resultado del ajuste en el modelo comercial de formación empresarial. No obstante, este negocio evidencia una tendencia positiva, apalancada en el crecimiento de la formación cerrada y en el avance sostenido en las ventas de programas, lo que sienta bases favorables para su consolidación.

2. Independiente de los cambios introducidos por el Decreto 0045 de 2024, la meta fue superada dado el compromiso del equipo de trabajo y la efectividad de las estrategias implementadas para la renovación y vinculación de afiliados.

GRANDES APUESTAS FOCO 4

1. Construir una oferta integrada de formación, dando solución oportuna e individualizada

En 2025, la CCB fortaleció su oferta de Educación Continua mediante programas de formación abierta y a la medida, orientados al desarrollo del talento humano empresarial. En formación abierta, se ejecutaron 161 programas virtuales en vivo, con la participación de 2.558 asistentes en cursos como Manejo de nómina y seguridad social, Régimen cambiario, Oficial de cumplimiento SAGRILAFT y PTEE, Compliance en habeas data, Secretarios de tribunales arbitrales, Programa preparatorio para la carrera notarial, Legaltech: IA aplicada al derecho, Actualización tributaria sector ESAL y Los 360° del arbitraje internacional.

En formación a la medida, se gestionaron más de 12.260 leads, de los cuales 516 fueron calificados como clientes potenciales. Se presentaron 320 propuestas, de las cuales 58 fueron aprobadas. Como resultado, se desarrollaron 84 programas, que capacitaron a 6.223 profesionales pertenecientes a 34 organizaciones. Asimismo, se consolidó la integración de los servicios de formación virtual en vivo al Campus Virtual, con 161 programas ejecutados y 149 programas a la medida. Actualmente se avanza en la integración del Campus con el CRM, lo que permitirá mejorar la experiencia del usuario.

La operación se enfocó en mantener y fortalecer los estándares de calidad alcanzados, concentrándose en tres frentes clave: i) Acciones de mejora temprana, implementando ajustes inmediatos en programas en tiempo real — especialmente diplomados y programas intensivos— para incrementar la satisfacción antes del cierre de cada evento; ii) Retroalimentación focalizada a docentes con calificaciones bajas, estableciendo planes de mejora tanto para la continuidad del programa como para sus futuras versiones, con el fin de elevar la calidad de la experiencia de aprendizaje; y iii) Optimización metodológica, asegurando la implementación completa del modelo CAVA en los programas online, en coordinación con expertos, para fortalecer la recomendación de marca y la satisfacción de los participantes.

2. Fortalecer la oferta de servicios multicameral de Confecámaras

La Cámara de Comercio de Bogotá, en su calidad de cámara coordinadora del sistema cameral, ejerce el liderazgo de la Asociación de Cámaras de Comercio de la Zona Centro (Asocentro), la cual integra a las cámaras de comercio de Amazonas, Casanare, Duitama, Facatativá, Florencia, Girardot, Honda, Huila, Ibagué, San José del Guaviare, Sogamoso, Sur y Oriente del Tolima, Tunja y Villavicencio. A través de este rol, la CCB impulsa el fortalecimiento institucional y el desarrollo del tejido empresarial de las regiones, mediante acciones estructuradas en cuatro frentes: **(i) fortalecimiento institucional, (ii) convenios de cooperación, (iii) transferencia de programas y (iv) cooperación internacional.**

En fortalecimiento institucional, se realizó la reunión del Comité de Registros Públicos con 58 participantes de 11 cámaras de comercio, se apoyó a empresarios de Bogotá en espacios comerciales liderados por las Cámaras de Comercio de Asocentro; frente a los convenios de cooperación, se seleccionaron 5 de los 14 proyectos para impulsar negocios de la economía popular: 1) Fortalecimiento de las capacidades empresariales de 100 unidades productivas de la economía popular, 2) Impulso a 60 negocios de carne ovino-caprina, 3) Super Tendero - Fortalecimiento de las capacidades productivas del sector empresarial en 60 unidades de la economía popular, 4) Mejoramiento de las capacidades comerciales, mercadeo y gestión de clientes a través de implementación de herramientas digitales en 50 unidades productivas dedicadas a la comercialización al por menor del sistema moda, 5) Fortalecimiento empresarial de 20 tiendas especializadas en café.

En materia de transferencia de programas, 136 empresas implementaron la metodología Empresas en Trayectoria MEGA, distribuidas así: 9 en Amazonas, 2 en Boyacá, 46 en Casanare, 4 en Florencia, 59 en Huila, 10 en Ibagué y 6 en Sur y Oriente del Tolima.

3. Ofertar mejores beneficios para los afiliados

Al cierre del año, el Círculo de Afiliados cuenta con 20.466 empresas activas, de las cuales el 65% son personas naturales y el 35% personas jurídicas. Durante 2025, se renovaron 13.877 afiliados lo que representa un crecimiento del 17% frente a 2024. A pesar de la pérdida significativa de empresas de mayor tamaño, se alcanzó un índice de renovación del 78,4%, registrando una mejora de 4,9% respecto al año anterior. En términos de comunicación y mercadeo, la estrategia segmentada incluyó email, marketing, boletines mensuales, campañas en redes sociales,

WhatsApp, medios físicos y digitales y la entrega de 2.547 bonos ARA, con 821 redenciones; en vinculación, el modelo comercial permitió atraer 7.040 nuevos afiliados; en términos de experiencia, se alcanzó un NPS de 80,3, CSAT de 85,2, CES de 98,3 y nivel de expectativa del 87,1.

Se registraron 110.129 consumos de beneficios, con un 73% de los afiliados usando al menos un beneficio y aproximadamente 40 beneficios exclusivos activos, incluida la reactivación del convenio cultural con el Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo, donde se entregaron 2.000 boletas en más de 30 espectáculos. Se fortaleció la oferta de valor con aproximadamente 40 beneficios exclusivos; se ofreció atención preferencial en más de 30 eventos, como Bogotá Fashion Week, B0mm, ARTBO, GastroFest, Máster Class del Programa Empresas en Trayectoria MEGA, Encuentro C-MA Empresarial, Noche de Campeones y conferencias inspiradoras, beneficiando a miles de afiliados. Adicionalmente se llevó a cabo el desayuno con el Presidente donde participaron 56 afiliados de 9 clústeres, y se realizaron 9 eventos presenciales, 10 webinars, charlas y talleres especializados con más de 3.000 participantes. Finalmente, se realizaron los Premios Círculo de Afiliados 2025, con la participación de 857 asistentes presenciales y virtuales, 309 afiliados premiados en 10 categorías, conferencia internacional de Pilar Jericó y show especial Disco Pacífico All Stars.

4. Oferta integral de servicios de información empresarial para minimizar el riesgo transaccional, mejorar la gestión comercial incrementando los contactos comerciales y optimizar la operación

En 2025, los servicios de venta de información empresarial, que incluyen Verificación Empresarial, Bases de Datos e Insumos, atendieron a 587 empresas de sectores estratégicos. Durante este periodo, el indicador NPS alcanzó el 85,5%, y se avanzó en la automatización del cargue de proveedores y en la renovación de contratos con otras cámaras de comercio.

En cuanto a la modernización de la Plataforma de Información Empresarial y DataStore CCB, se lograron avances significativos en el proyecto SICO II, consolidando el desarrollo y la certificación funcional del servicio de verificación empresarial. Se completaron los siete ciclos de desarrollo, con más de 900 casos de prueba validados, además de avances en migración de datos, capacitación al equipo de negocio y pruebas de aceptación.

Paralelamente, DataStore CCB fortaleció su posicionamiento, alcanzando 389.000 visitas y 39.000 usuarios activos. La estrategia comercial permitió generar 381 nuevos contactos, principalmente a través de email marketing, tráfico directo y campañas de búsqueda paga. Adicionalmente, la autogestión de usuarios generó cerca de \$13 millones en ventas, consolidando el canal digital como un motor comercial destacado.

5. Solución pacífica y efectiva de conflictos ofreciendo un abanico de soluciones ajustadas a las necesidades de los empresarios y de la comunidad en general

En arbitraje y amigable composición, se radicaron 303 demandas de las cuales 242 de arbitraje nacional, 42 de arbitraje nacional abreviado y 19 de arbitraje social, se recibieron 51 solicitudes de amigable composición y 17 solicitudes de arbitraje comercial internacional. También se radicaron 5 solicitudes de nominación de amigables componedores y se gestionaron 37 secretarías institucionales en arbitraje comercial internacional, 8 en arbitraje social y 26 en amigable composición.

Se realizaron 303 instalaciones y aperturas de trámites y se llevaron a cabo reuniones de articulación interinstitucional con diversas entidades, incluyendo la Dirección de Acceso a la Justicia del Ministerio de Justicia y del Derecho, la Secretaría Jurídica del Distrito de Bogotá y el Comité Colombiano de Arbitraje; se realizaron sesiones del Observatorio de Arbitraje Internacional, talleres innovadores como “Laudos explicados con dibujitos”, foros académicos y diplomados especializados en arbitraje internacional. Se participó activamente como panelistas y

docentes en eventos organizados por entidades distritales y universidades, abordando temas como los métodos de resolución de conflictos (MRC), el proceso ejecutivo arbitral y el uso de inteligencia artificial en la práctica secretarial. Además, se llevaron a cabo capacitaciones en arbitraje social en universidades aliadas, se revisaron más de 400 postulaciones para la lista de árbitros nacionales, se produjeron contenidos divulgativos como podcasts que promueven la transparencia y el conocimiento del sistema colombiano de solución de conflictos, se hizo el lanzamiento del curso de actualización en Arbitraje Ejecutivo según la Ley 2540 de 2025 realizado en alianza con Legis.

Respecto a Conciliación en Derecho, se recibieron 6.215 solicitudes de conciliación, de las cuales 1.398 son de trámite ordinario, 4.817 de convenios, 97 de acuerdos de apoyo y directivas anticipadas para personas con discapacidad, así como 168 casos atendidos gratuitamente, de los cuales 9 se hacen parte de la iniciativa liderada por la Gobernación de Cundinamarca, Justicia a la Provincia, para el municipio de Funza. Se realizaron 11.474 audiencias virtuales y 894 presenciales, cumpliendo con los estándares de calidad y eficiencia en la resolución de conflictos, asimismo, se realizaron 63 informes técnicos de valoraciones de apoyo de acuerdo con los protocolos establecidos.

En alianza con el Ministerio de Justicia y del Derecho se realizó el evento “Ley 1996 de 2019: preguntas frecuentes y buenas prácticas”, con 100 asistentes; se llevó a cabo el foro de MRC en lo público, en el que el área de conciliación lideró el taller de capacitación sobre la conciliación en derecho en asuntos en los que intervienen entidades públicas; se realizaron jornadas de orientación al público sobre servicios como conciliación en derecho, acuerdos de apoyo, insolvencia y recuperación empresarial, entre otros; se realizaron comités de conciliadores enfocados en personas con discapacidad y en conciliación en derecho, campañas de formalización de uniones maritales, capacitaciones sobre MRC y acciones de socialización del servicio de conciliación con empresas aseguradoras.

De otra parte, el Centro de Arbitraje y Conciliación de la CCB, obtuvo el premio a la mejor práctica extrajudicial otorgada por la Corporación Excelencia a la Justicia por la iniciativa “Decidir con dignidad” que acoge los servicios de acuerdo de apoyo, directivas anticipadas y valoración de apoyos; recibió la visita del Ministerio de Justicia y del Derecho, durante la cual obtuvo una calificación del 105% de cumplimiento en la prestación de sus servicios, consolidándose como un referente destacado a nivel nacional y se llevó a cabo la V edición del Concurso de conciliación, mediación y negociación con la participación de 12 universidades del país.

Sobre insolvencia de persona natural no comerciante se atendieron 586 orientaciones, ingresaron 44 trámites de los cuales, 21 fueron cancelados por no subsanar la solicitud ni reportar el pago correspondiente, 9 casos están en trámite, 3 en estudio y 11 finalizados; frente a Garantías Mobiliarias, ingresaron 376 casos, de los cuales 368 casos fueron desistidos; en procedimiento de recuperación empresarial – PRE se realizaron 85 orientaciones e ingresaron 14 solicitudes, de los cuales 8 culminaron en acuerdo, 1 fue desistido, y los 5 restantes se encuentran actualmente en proceso.

6. Mejor aprovechamiento de la infraestructura CCB

Como parte de la estrategia de aprovechamiento de espacios físicos, se implementó el servicio de Coworking en 2025, logrando en la sede Norte 286 reservas (194 exitosas, 370 horas) y en la sede Chía 48 reservas (37 exitosas, 68 horas).

En el marco de la iniciativa "Eventos a la comunidad – Sedes Puertas Abiertas", se realizaron 24 eventos, de los cuales 19 fueron comerciales multisectoriales en las sedes de Salitre, Kennedy, Norte, Chía, Cedritos, Centro, Chapinero, Fusagasugá, Zipaquirá y P.A. Tocancipá, donde participaron 6.029 personas, 314 emprendedores, generando ventas por \$193,2 millones.

FORTALECIMIENTO DE FILIALES

El objetivo de este foco es fortalecer a las filiales de la CCB en el marco del impacto social de su gestión en beneficio de los empresarios, emprendedores y habitantes de Bogotá y Cundinamarca.

En 2025, la CCB consolidó su rol estratégico como articulador y facilitador del fortalecimiento institucional de sus filiales, avanzando en su alineación estratégica, sostenibilidad, autosuficiencia y generación de valor. Se brindó acompañamiento técnico, financiero y contractual para garantizar su viabilidad y modernización, destacándose el respaldo a Uniempresarial con más de \$1.600 millones para modernización tecnológica y avances en su recuperación financiera. Se implementaron diagnósticos estratégicos, financieros y tecnológicos, se desarrollaron planes de alineación con la CCB y se promovió la participación de las filiales en eventos clave del ecosistema. Además, se estructuró un proceso formal para la creación de nuevas filiales, se fortaleció la política de sostenibilidad en cinco entidades y se avanzó en el robustecimiento del modelo de seguimiento y control, logrando un 86% de cierre de observaciones de auditoría. Estas acciones fortalecen el modelo de gobernanza del grupo empresarial CCB y afianzan su compromiso con la sostenibilidad, la eficiencia y el desarrollo empresarial regional.

Los indicadores presentados a continuación, junto con los logros destacados en cada apuesta estratégica, evidencian avances significativos y aportes concretos al cumplimiento de este foco. Estos resultados permitieron identificar oportunidades clave que orientarán las prioridades y líneas de acción para 2026, con miras a profundizar el impacto institucional y proyectar nuevos alcances.

INDICADORES

En 2025, se logró la alineación estratégica y la capacitación en gobierno corporativo en el 100% de las filiales, fortaleciendo la articulación institucional y la gestión directiva. La Política de Sostenibilidad fue implementada en cinco filiales y, aunque su cumplimiento global alcanzó el 90%, se proyecta que CAEM adopte la política en 2026, completando el proceso en coherencia con los ajustes estratégicos de la entidad. Estos avances reflejan una gestión sólida y articulada para el fortalecimiento de las filiales de la CCB.

INDICADOR	FRECUENCIA	META 2025	RESULTADO	% CUMP.
Política de sostenibilidad de las filiales ¹	Trimestral	100,00%	90,00%	90,00%
Alineación de la estrategia de las Filiales con la CCB ²	Trimestral	100,00%	100,00%	100,00%
Capacitación en Gobierno Corporativo ³	Anual	100,00%	100,00%	100,00%

1. Se aprobó e implementó la Política de Sostenibilidad en cinco filiales. En el caso de CAEM, la aprobación se proyecta para 2026, de manera armonizada con los ajustes en el direccionamiento estratégico de la entidad definidos en el último trimestre de 2025.
2. El plan de trabajo para la alineación estratégica de las filiales se ejecutó conforme a lo programado, logrando a la fecha la revisión de los planes estratégicos, así como la elaboración del diagnóstico y del respectivo plan de trabajo para cada filial.
3. Se diseñó y realizó una sesión de capacitación en gobierno corporativo dirigida a más de 50 personas, entre miembros de la Junta Directiva de la CCB, juntas directivas de las filiales y directivos de cada entidad.

GRANDES APUESTAS FOCO 5

1. Brindar servicios y soporte transversal a las filiales: Asesoría para el logro de sus objetivos y consolidar un área de tecnología unificada

Se acompañó el cierre financiero de las filiales y se realizaron diagnósticos estratégicos y financieros en Corparques, CAEM y Certicámara, que incluyeron la propuesta de metas EBITDA, auditorías independientes y procesos de refinanciación de créditos. Asimismo, se logró la adopción de políticas de alianzas estratégicas, se aprobó el Plan Estratégico CAEM 2025–2030 y se avanzó en el diagnóstico de madurez tecnológica de las seis filiales, destacando el progreso de Uniempresarial en la Fase II. De igual manera, se fortaleció la articulación con los clústeres estratégicos, se promovió la participación de las filiales en eventos institucionales y se consolidó la trazabilidad de los compromisos en las juntas directivas.

Adicionalmente, se brindó acompañamiento en la gestión de los presupuestos 2026, se impulsó la visibilidad de marca de las filiales en ferias como +Talante, Cumbre de Sostenibilidad y GoFest, así como en CCB Radio, y se inició el análisis para la selección de un proveedor único de outsourcing para los servicios de contabilidad, nómina e impuestos. También se ofreció asesoría en asuntos contractuales, financieros y de riesgos, y se llevó a cabo la capacitación anual para miembros de juntas directivas, con un enfoque en la gestión en entornos de incertidumbre.

2. Fortalecer a Uniempresarial a través del respaldo de la CCB para lograr una oferta propia de formación técnica y tecnológica que atienda necesidades de talento y dotar con los últimos avances tecnológicos

Se brindó acompañamiento en la estructuración del proyecto de modernización tecnológica, abordado desde tres frentes estratégicos: la virtualización de programas académicos, la renovación de la infraestructura tecnológica y la definición de un nuevo sistema ERP. Para este propósito, la Junta Directiva de la CCB aprobó un apoyo por \$1.636 millones, destinados a los componentes de virtualización, infraestructura y software administrativo ERP.

Adicionalmente, se acompañó el proceso de planeación presupuestal de la filial, en coherencia con su objetivo de recuperación financiera.

3. Impulsar la creación de nuevas filiales asociadas a necesidades de los empresarios

Con el propósito de adoptar un enfoque sistemático, integral y gestionable para impulsar la creación de nuevas filiales, se diseñó el proceso orientado a este fin, basado en principios de gestión de proyectos. Este proceso permite evaluar de manera estructurada las iniciativas de negocio, identificando al proceso de Innovación como el canal idóneo para analizar y acelerar propuestas que puedan desarrollarse mediante la conformación de nuevas filiales. Con ello, se busca responder de forma ágil, coherente y oportuna a las necesidades emergentes del empresariado.

4. Revisar y ajustar planes y programas estratégicos de las filiales alineados con la CCB, fortaleciendo el trabajo como “grupo” para lograr autosuficiencia y generación de excedentes

Con el propósito de contar con un enfoque sistemático para alinear los planes y programas estratégicos de las filiales en el marco del Plan Estratégico 2025–2030, se desarrolló y aplicó una encuesta que evaluó el estado actual de aspectos clave como la alineación estratégica y el trabajo conjunto; la gestión de riesgos; la prevención del lavado de activos y la financiación del terrorismo; la transparencia y la ética empresarial; la seguridad de la información; la protección de datos personales y la calidad.

Los resultados de la encuesta, junto con la documentación suministrada por las filiales relacionada con su planeación estratégica, permitieron elaborar un diagnóstico sobre el nivel de alineación estratégica de las filiales con la CCB. Este diagnóstico sirvió como base para estructurar un plan de trabajo orientado a fortalecer todos los aspectos identificados en el análisis.

5. Buscar un socio estratégico a fin de mejorar el modelo de negocio de Mundo Aventura

Desde la CCB se apoyó la consolidación de una alianza estratégica entre Corferias y Corparques con la creación y puesta en marcha del centro de eventos Mundo Aventura, (antes Gran Carpa de Corferias) con capacidad para 5.000 personas. Este recinto de eventos culturales, empresariales y recreativos beneficiará a los empresarios y ciudadanía del sur de Bogotá. En el marco de esta iniciativa, el 7 de julio fue nombrado un nuevo director general, con amplia experiencia en la gestión de APP (Asociaciones Público Privadas) con el Distrito, quien asumirá el liderazgo de la recuperación de Corparques.

Adicionalmente, se apoyó la proyección del plan de recuperación financiera a tres años de Corparques con objetivos claros desde 2026.

6. Desplegar política de sostenibilidad en las filiales

A partir del trabajo realizado con una firma especializada desde la vigencia 2024, las filiales iniciaron la adopción de sus políticas de sostenibilidad. Corferias cuenta con la política más consolidada, aspecto que fue determinante para su reconocimiento como Empresa BIC y que hoy contribuye al proceso que adelanta para ser certificada como B Corp. Por su parte, Certicámara, Invest in Bogotá, Uniempresarial y Corparques aprobaron e implementaron sus políticas de sostenibilidad, mientras que CAEM proyecta su aprobación para la vigencia 2026, en articulación con su planeación estratégica.

Estas acciones fortalecen el compromiso institucional con la sostenibilidad y el cumplimiento de los objetivos ESG+T definidos por la CCB.

7. Fortalecer esquema de monitoreo y cumplimiento de indicadores de las filiales

Para fortalecer el seguimiento y control de los indicadores de las filiales, se actualizó la taxonomía de indicadores financieros con corte a noviembre de 2025. Asimismo, se mantuvo actualizado el tablero de control en Power BI, que consolida información sobre juntas directivas, indicadores estratégicos, desempeño financiero y otros aspectos clave de gestión. Se realizaron 90 análisis de sesiones de junta, de los cuales el 80% de las recomendaciones fueron acogidas. Adicionalmente, se verificaron 256 observaciones de auditoría, de las cuales 220 fueron cerradas de manera efectiva, alcanzando una tasa de cierre del 86%.

Estas acciones reflejan el compromiso de la organización con la mejora continua y con la consolidación del modelo de gobernanza del grupo empresarial.

IMPULSAR EL USO DE LA INFORMACIÓN Y LA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO

El objetivo de este foco estratégico es generar, analizar y comunicar información a partir de los datos, apalancando la tecnología como motor de crecimiento y promoviendo el desarrollo del tejido empresarial hacia una economía del conocimiento, que permita una mayor sofisticación del portafolio y la generación de valor agregado.

Durante 2025, la Cámara de Comercio de Bogotá consolidó su liderazgo en la transformación digital, la innovación y la gestión basada en datos, mediante una agenda robusta y multisectorial. Se destacaron avances en inteligencia artificial, ciberseguridad, gobierno y calidad del dato, y analítica avanzada como habilitadores estratégicos institucionales. El Clúster TEC evolucionó hacia una plataforma integral de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI), impactando a más de 1.900 empresas. A través de incubadoras, aceleradoras y metodologías como innovación abierta, se impulsaron más de 200 startups y se desarrollaron más de 120 retos colaborativos con universidades. Finalmente, la generación de conocimiento mediante operaciones estadísticas, estudios y herramientas de visualización afianzó el rol de la CCB como referente técnico para la toma de decisiones empresariales y de política pública. Estas apuestas reafirman la visión de la CCB de posicionar la tecnología y la economía del conocimiento como motores de competitividad y desarrollo para Bogotá y Cundinamarca.

A continuación, se presentan los resultados de los indicadores asociados a este foco y los principales logros de cada una de sus apuestas, los cuales evidencian la efectividad de las iniciativas implementadas y constituyen un insumo clave para la definición de los retos y prioridades estratégicas de 2026, orientados a consolidar y ampliar los avances alcanzados.

INDICADORES

El desempeño de este foco superó las metas establecidas, reflejando el fortalecimiento del tejido empresarial innovador a través de una oferta diversificada y articulada con tecnologías 4.0, inteligencia artificial y programas especializados. Se logró una profunda apropiación de los servicios disponibles y una validación efectiva de soluciones con potencial de implementación, consolidando a la economía del conocimiento como un eje clave del desarrollo empresarial.

INDICADOR	FRECUENCIA	META 2025	RESULTADO	% CUMP.
Empresas y emprendedores beneficiados de la economía del conocimiento ¹	Mensual	21.950	25.017	113,97%
Empresas y emprendedores beneficiados a profundidad de la economía del conocimiento ²	Mensual	5.670	7.146	126,03%
Número de Producto Mínimo Viable PMVs funcionales ³	Semestral	24	24	100,00%

1. El resultado refleja un desempeño superior al esperado, apalancado en la articulación de iniciativas y en la diversificación de la oferta, orientada al fortalecimiento de un tejido empresarial innovador. Se destaca la alta participación en actividades asociadas a inteligencia artificial y tecnologías 4.0, las cuales consolidaron este foco como un eje relevante para el desarrollo empresarial.

2. El indicador evidencia un avance significativo en la profundización del acompañamiento empresarial, como resultado de una oferta integral de servicios que articuló programas especializados, talleres, asesorías y espacios de conexión. Iniciativas como PGI, incubadoras y aceleradoras, junto con eventos de alto impacto como GoFest, ampliaron la participación y potenciaron el uso de los servicios disponibles.

3. El cumplimiento del indicador da cuenta de una ejecución efectiva en el desarrollo de soluciones, reflejando una mayor agilidad en la validación de propuestas con potencial de implementación y fortaleciendo la capacidad de transformar iniciativas en resultados concretos.

GRANDES APUESTAS FOCO 6

1. Construir un portafolio de oferta de tecnología agregada: ciberseguridad, analítica, IA, Big Data, minería de procesos

En el marco del Programa de Inteligencia Artificial, se alcanzó un avance general del 79%, resultado de la gestión desarrollada a través de dos proyectos estratégicos. El proyecto Productividad IA logró un 100% de ejecución, automatizando tareas repetitivas, optimizando procesos y mejorando la eficiencia en el uso de recursos institucionales mediante la asignación de 197 licencias activas. Estos avances generaron impactos cuantificables en tiempo, costos y calidad, fortalecieron capacidades internas en múltiples áreas y consolidaron la inteligencia artificial como un activo estratégico transversal para la Cámara de Comercio de Bogotá, con beneficios sostenibles y una base sólida para su escalamiento futuro. Por su parte, el proyecto Cliente IA Fase II cerró el año con un 59% de avance.

Asimismo, finalizó satisfactoriamente el proyecto de Arquitectura de Gestión de Datos, mediante el cual se establecieron lineamientos, estándares y roles clave para la gestión institucional de datos. Se generó el primer catálogo institucional de analítica y, con base en estos resultados, se inició la elaboración de documentos para el estudio de mercado que permitirá contratar la infraestructura tecnológica requerida. De manera complementaria, se consolidó un Sandbox de Inteligencia Artificial, espacio que permitió experimentar, validar y ajustar soluciones en condiciones reales, reduciendo riesgos y promoviendo la innovación antes de su despliegue a gran escala. Este entorno se convirtió en un habilitador clave para el fortalecimiento de la madurez tecnológica institucional.

En cuanto a la estrategia de Ciberseguridad y Seguridad de la Información, se consolidó un modelo basado en cinco pilares: i) gobernanza y gestión de riesgos fortalecida conforme a los estándares NIST e ISO 27001; ii) capacidades avanzadas de detección y defensa para anticiparse a amenazas de día cero; iii) automatización orientada a reducir esfuerzos manuales y mejorar los tiempos de respuesta; iv) escaneo continuo con visibilidad en tiempo real; y v) contención efectiva frente a correos maliciosos y tráfico sospechoso.

De manera transversal, se ampliaron las mediciones de cobertura de protección; se ejecutaron ejercicios de ingeniería social y pruebas de Red Team para evaluar controles; se desarrollaron campañas internas de sensibilización; se creó un programa de formación en fundamentos de seguridad; y se reforzó la segmentación y los controles de acceso, disminuyendo los vectores de ataque dentro de la organización.

2. Crear el Clúster de Ciencia, Tecnología e Innovación

El Clúster TEC (anteriormente Clúster de Software y TI) consolidó su posicionamiento con una transformación estratégica de alto impacto, dejando atrás su enfoque tradicional como Clúster de Software y TI para posicionarse como una plataforma integral de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI) al servicio de la competitividad regional. Esta evolución fortaleció de manera significativa su institucionalidad, con la participación activa de 638 actores (empresas, universidades, entidades y aliados del ecosistema) que orientaron una agenda alineada con los focos estratégicos de la CCB, el Campus de Ciencia, Tecnología e Innovación y las tendencias globales en innovación. El lanzamiento oficial de esta nueva etapa, realizado el 7 de mayo en la Sede Salitre, congregó a más de 1.200 asistentes y se constituyó en un hito integrador de las 19 iniciativas clúster de Bogotá y Cundinamarca, impulsando la colaboración intersectorial en torno a CTI como motor transversal de desarrollo.

A partir de esta agenda, el Clúster desplegó proyectos de tecnologías avanzadas, innovación aplicada y fortalecimiento del talento, beneficiando a cerca de 1.000 empresas y generando impacto profundo en 95,

particularmente a través de iniciativas como Ciberseguridad 360 y tecnologías emergentes para la venta consultiva, orientadas a la digitalización, la sofisticación comercial y la adopción tecnológica. En paralelo, los TEC Challenge, desarrollados con el Campus CTI, convocaron a más de 100 participantes y permitieron la co-creación de 27 proyectos empresariales para atender retos de ciudad; el CCB Tech Day 2025 reunió a 1.250 empresas y emprendedores alrededor de tendencias globales del sector; y los espacios de difusión tecnológica alcanzaron a más de 880 participantes en temas como inteligencia artificial, computación cuántica y comercio electrónico. En conjunto, estos resultados posicionan al Clúster TEC como un referente regional en articulación de ecosistema, innovación y crecimiento empresarial, consolidando a la tecnología y la economía del conocimiento como pilares estratégicos para la competitividad de Bogotá y Cundinamarca.

3. Oferta de nuevos negocios apalancados en data: observatorios especializados por sectores económicos y venta de información especializada

En el marco de la gestión de los clústeres y en alianza con la Cámara Colombiana de la Energía, se desarrolló la quinta edición del Observatorio Económico de la Industria Eléctrica, que caracterizó 406 empresas del segmento de bienes y servicios conexos. El estudio analizó variables críticas como cadena de valor, innovación, financiamiento, portafolio de servicios y talento humano, generando evidencia para orientar agendas de transformación digital, internacionalización y transición energética.

De manera complementaria, el Clúster de Deporte y Recreación desarrolló la caracterización de la industria del deporte, la recreación y la actividad física en Bogotá y Cundinamarca, que dio como resultado un mapa sectorial, un diagnóstico de brechas en formalización, digitalización y talento humano, así como la identificación de oportunidades de articulación empresarial. Este trabajo consolidó una base de conocimiento aplicada que posiciona a los clústeres como plataformas de inteligencia económica y de generación de valor basado en datos. En paralelo, se avanzó en la estructuración de oportunidades impulsadas por Inteligencia Artificial, entre ellas: i) Segmentación Inteligente, solución que optimiza la prospección B2B al facilitar la identificación de clientes potenciales de calidad. En 2025, validó su interés de mercado, viabilidad comercial y valor diferencial —destacado por el uso de guiones personalizados— y cerró el año en proceso de integración con el negocio de información empresarial, preparando su escalamiento para 2026; ii) StarterPack, que evolucionó hacia una suite integral de IA (CreativIA) para empresarios, desarrollada en alianza con LUMO SAS. Esta herramienta integra más de 30 tecnologías líderes que permiten crear contenidos de manera ágil y sin requerir conocimientos técnicos; iii) Información con valor agregado, que avanzó mediante Radar Comercial y NexoLocal, soluciones basadas en datos georreferenciados para decisiones comerciales. Radar validó su propuesta con 36 leads activos, mientras que NexoLocal ejecutó un piloto con 25.390 empresas y alcanzó un 13% de conversión, confirmando su utilidad para optimizar rutas y ventas.

A su vez, el proyecto de Inteligencia Competitiva evolucionó hacia un modelo de narrativas audiovisuales en alianza con Smartfilms®, orientado a fortalecer los sectores de turismo, industrias creativas y gastronomía en Bogotá–Cundinamarca. El proyecto, lanzado en septiembre, contempla la producción de 100 cortometrajes elaborados por 1.000 jóvenes y 300 empresarios.

Finalmente, se avanzó en iniciativas estratégicas destinadas a diversificar y fortalecer el portafolio digital, como: Código LEI (servicio integral de emisión y gestión de LEI para posicionar a la CCB como referente en identidad digital empresarial), Análisis de Proveedores (herramienta validada para comparar proveedores mediante filtros especializados y perfiles enriquecidos con certificaciones y credenciales), Toolkit (solución para impulsar la transición digital de las MiPymes en alianza potencial con Servinformación o Microsoft) y Aprende en 2x3 (que amplía la cobertura y accesibilidad de los servicios educativos de la CCB a través de WhatsApp).

4. Realizar el análisis de datos disponibles para la CCB a través de analítica descriptiva, predictiva y prescriptiva y la evaluación de modelos para su monetización

En gobierno de datos se consolidaron avances clave en la gestión, calidad y protección de la información institucional; se diseñó y validó el procedimiento de evaluación de la calidad de los datos, que será integrado al sistema de gestión institucional y se logró un 100% de ejecución del Plan de Calidad del Dato del dominio del cliente, fortaleciendo la confiabilidad y trazabilidad de la información.

Asimismo, se elaboraron las especificaciones técnicas para la contratación de la herramienta de gobierno y calidad del dato y se desarrolló un caso de uso en el CRM, demostrando el impacto del gobierno del dato en la operación. En paralelo, se lanzó el curso de sensibilización sobre gobierno y protección de datos personales con 763 colaboradores impactados. Con estos logros, el Gobierno de Datos se consolida como un pilar estratégico para la toma de decisiones informadas y el aprovechamiento confiable de los activos de información de la Cámara de Comercio de Bogotá.

De otra parte, en el Proyecto Diseño del Modelo Operativo de Analítica, se gestionó la capacitación de 45 colaboradores (22 en ruta estratégica y 23 en técnica), y se finalizó el diseño del Modelo Operativo, con una propuesta incremental, iniciando con un comité de gobierno de datos y analítica y una coordinación de analítica centralizada, con 7 nuevos procedimientos que nos permitirán avanzar hacia un modelo consolidado de madurez.

5. Fomentar la innovación y el desarrollo de un tejido empresarial basado en el conocimiento y la tecnología

La CCB mantiene un compromiso con la consolidación de un ecosistema empresarial innovador y sostenible, impulsando la ciencia, la tecnología y la innovación como motores de crecimiento, mediante diferentes iniciativas. Para ello, se articulan esfuerzos con aliados estratégicos y se cuenta con una oferta de valor que va desde procesos de incubación hasta la maduración de sistemas de gestión de innovación, con un enfoque orientado a que la generación de soluciones disruptivas impacte positivamente el desarrollo económico y social.

A través de la Incubadora Startups, ruta enfocada en startups de base tecnológica y científica, para impulsar la transformación de ideas en negocios viables y escalables, se atendieron 213 emprendedores de los sectores de SaaS/Tecnologías de la información (51%), Edtech y Consultech en la misma proporción (14%), Healthtech (11%), Proptech (1%) y otros (23%), a través de 5 ciclos de intervención, logrando más de 2.300 asistencias y cerca de 730 objetivos empresariales.

La Aceleradora de Startups, con un acompañamiento personalizado para impulsar el crecimiento y la escalabilidad de startups y emprendimientos de alto impacto que cuentan con un fuerte componente de innovación y han validado su modelo, acompañó a 30 startups de las cuales 9 hicieron parte de BIME Startups, de otra parte, en colaboración con Platzi, se fortalecieron las capacidades técnicas y de negocio de 54 Startups.

A su vez, en Levantamiento de Capital se generaron más de 2.200 asistencias en el ciclo de formación en venture capital, pitch y aspectos legales para recibir inversión; 53 iniciativas contaron con el acompañamiento personalizado de la CCB y en alianza con Makers, organización de clase mundial dedicada a identificar y formar a futuros fundadores de empresas tecnológicas excepcionales, se puso en marcha un programa de alto nivel orientado a fortalecer a 25 emprendedores emergentes.

Innovación Abierta y Corporate Venturing, como metodologías y espacios de conexión para implementar proyectos que permitan definir retos y estrategias de innovación abierta, contó con 27 empresas participantes, más de 320 asistencias y 21 retos de innovación abierta.

Por su parte, la Aceleradora de Innovación donde las empresas pueden desarrollar sus proyectos de innovación enfocados en nuevos productos y servicios, procesos o modelos de negocio, se estructuró en dos ciclos de acompañamiento que finalizaron con 34 empresas, más de 1.100 asistencias en los procesos de formación e implementación de 25 proyectos de innovación. Además, se logró articular la convocatoria Activa tu Cupón de la Secretaría de Desarrollo Económico, donde 7 empresas participantes accedieron a un incentivo de \$10 millones para apoyar iniciativas de innovación.

Dentro del programa de Gestión de la Innovación, el cual se enfoca en el desarrollo de un modelo de innovación sistémico y sistemático, que se integra con los procesos estratégicos de cada organización, acompañó a 86 empresas, de las cuales 54 son nuevas organizaciones y 32 empresas provienen de ciclos anteriores. 29 empresas obtuvieron por primera vez o renovaron el Sello de Buenas Prácticas de Innovación ICONTEC y 80 participaron en los tours de innovación.

En GoFest, uno de los principales eventos de emprendimiento e innovación en Latam, reuniendo cerca de 16.000 emprendedores, inversionistas, corporaciones y actores clave del ecosistema, para fomentar el crecimiento y la competitividad, bajo una apuesta para que este escenario sea un motor para fortalecer la conexión entre startups y oportunidades estratégicas, así como transformar e impulsar negocios con alto potencial de escalabilidad, alcanzando cerca de 40.000 asistencias.

De otra parte, basado en el enfoque de esta apuesta, la Comunidad Digital de Clústeres se consolidó como un ecosistema estratégico para la apropiación tecnológica, la innovación y la dinamización empresarial, con 64.303 usuarios (más de 26.000 vinculados en 2025), una base empresarial representativa (52% empresas) y una participación mayoritaria de mujeres (55%), impactando 41 municipios de la jurisdicción CCB. Durante el año se desarrollaron 465 eventos, con 46.670 inscritos además de 254.008 visitantes únicos y 16.042 visualizaciones de contenido, consolidándose como el principal canal de difusión de tendencias, apropiación tecnológica y activación de oportunidades de innovación en el ecosistema clúster.

De manera complementaria, los clústeres desplegaron iniciativas concretas de innovación sectorial y transferencia tecnológica. En los Clústeres de Energía, Construcción y Agua y Economía Circular se ejecutó Digitaliza+, acompañando a 56 empresas y formando a más de 220 empresarios en Big Data, analítica, IA y cloud, y se estructuró el reto sectorial “Energía: datos que impulsan la eficiencia” con el Campus 2600. El Clúster Farmacéutico fortaleció la I+D+i con formación en buenas prácticas clínicas (más de 300 participantes) y biotecnología farmacéutica (más de 250 empresarios), además de activar la Bolsa de Talento en Biotecnología. El Clúster de Impresión & Packaging lideró el Programa de Retos Academia–Empresa, acompañando a 34 empresas y generando 15 prototipos físicos, 8 prototipos digitales CAD y soluciones circulares con participación de 7 universidades y 138 estudiantes. Seguridad Alimentaria impulsó el Bootcamp Agrifoodtech con 12 empresas y mentoría internacional; el Clúster de Industrias Creativas avanzó en IA aplicada, videojuegos y una encuesta sectorial a 2.000 empresas; el Clúster de Música lanzó el “Sistema de información de la música” con series históricas de más de 10 años; el Clúster de Salud formó a más de 1.500 profesionales en Registros Individuales de Prestación de Servicios de Salud - RIPS y avanzó en interoperabilidad clínica; el Clúster de Servicios Financieros escaló finanzas embebidas con 17 pilotos potenciales y guías sectoriales; el Clúster de Logística y Movilidad acompañó a cerca de 90 empresas en Emertech y Logística Inteligente; y el Clúster TEC articuló la agenda CTI con más de 1.900 empresas impactadas, ferias de empleo, data y emprendimiento. En este contexto, el Programa de Retos Academia–Empresa resolvió 123 retos, vinculó 27 universidades, 108 docentes y 1.530 estudiantes, con 250 horas de mentoría y 37 webinars, consolidando un portafolio de soluciones para 16 clústeres y confirmando la efectividad del modelo de innovación colaborativa para transformar conocimiento en valor productivo.

6. Transformar, analizar y difundir la información disponible del entorno de los negocios, para orientar las decisiones de política pública y la CCB

En 2025 se realizaron 18 operaciones estadísticas, dentro de las cuales se llevaron a cabo 17 encuestas (Encuesta Ritmo Empresarial; Encuesta de Costumbre Mercantil de contratos de arrendamiento de autobombas 2025; Encuesta de Costumbre Mercantil de contratos de coproducción de obras audiovisuales 2025; Encuesta de solvencia financiera; Encuesta a bibliotecas; Encuesta sobre necesidades jurídicas y conflictividad; Encuesta de energía; Encuesta de caracterización de industrias creativas y culturales; Encuesta sobre acoso sexual en contexto de la CCB; Encuesta a establecimientos de comercio de la Av. 68 y Ciudad de Cali; estudios de impacto de VITRITUR, negocios verdes sostenibles y la III Cumbre Internacional de Sostenibilidad; Encuesta de percepción y victimización 2025; Encuesta de género 2025; Gran encuesta sobre el empresariado y la economía popular 2025; y Encuesta de descarbonización y acción climática 2025).

Estas encuestas fueron aplicadas a 60.000 personas, entre ellas 10.673 empresarios y 40.327 ciudadanos de diversos sectores, municipios de la jurisdicción, actividades económicas y tamaños empresariales. Su ejecución generó un impacto directo en el empleo, con la creación de 712 puestos de trabajo reales (75% mujeres y 25% hombres). Los resultados consolidaron la información estadística como un activo estratégico para el desarrollo empresarial.

Adicionalmente, se diseñó y puso en marcha la Calculadora de Impacto de Eventos 2.0, herramienta que permite medir el impacto económico, social y en redes sociales de cualquier tipo de evento. En articulación con el Instituto de Estudios Urbanos de la Universidad Nacional de Colombia y la Escuela Superior de Administración Pública, se realizó el III Simposio Internacional “Gobierno Urbano: debates entre lo urbano y lo metropolitano”, con la participación de más de 60 expertos. En alianza con la Fundación Talento LATAM, se desarrolló el proyecto “Bogotá Quiere Enamorar a sus Jóvenes”, orientado a identificar las razones por las cuales jóvenes de la generación Z (18 a 28 años) consideran migrar fuera de la ciudad y a proponer acciones para fortalecer su identidad y arraigo. Este proyecto incluyó 6 conversatorios con la participación de más de 100 jóvenes.

La CCB continuó fortaleciendo el Observatorio de la región Bogotá–Cundinamarca como el principal medio de difusión de información, conocimiento y análisis sobre el comportamiento empresarial y económico de la región, alcanzando 2,3 millones de consultas en 2025. En cuanto a estudios e investigaciones, se atendieron 258 requerimientos de información empresarial, que dieron lugar a 40 bases de datos, 12 boletines, 4 derechos de petición, 2 estudios, 60 georreferenciaciones, 49 infografías, 65 informes estadísticos, 2 libros, 20 presentaciones y 6 visores en Power BI. Asimismo, se elaboró el Balance de la Economía de Bogotá y la Región y la Estimación Potencial de Comerciantes.

En relación con el programa Bogotá Cómo Vamos, se realizaron 9 comités técnicos y 2 comités directivos, en los cuales se revisaron los avances del Informe de Calidad de Vida (presentado el 4 de agosto) y del Informe “Concejo Cómo Vamos” (presentado el 8 de mayo de 2025). Como socio nacional, la CCB participó en 2 comités de actualización del modelo Cómo Vamos del país, además de elaborar dos capítulos del informe.

Por otra parte, se publicó el libro El Poder de la Economía Popular, que reúne las historias de 20 empresarios de este sector. Desde la Biblioteca, se realizaron 2 conversatorios, 1 taller, 1 charla y se participó en el evento CCB de Puertas Abiertas en la sede Salitre, con actividades para niños y emprendimientos culturales. También se cerró el ciclo del Club de Lectura, con 60 participantes, y se implementó el programa Cajas Viajeras en Guatavita, Ubalá y Suesca, beneficiando a 450 niños de escuelas rurales. Finalmente, se llevaron a cabo 15 jornadas de Bibliotecas Itinerantes.

FORTALECIMIENTO PATRIMONIAL 2025

Los Estados Financieros de la Cámara de Comercio de Bogotá reflejan la permanente solidez financiera de la Entidad al mantener una excelente capacidad de pago, mínimos índices de endeudamiento y una alta calidad en sus activos como resultado de una prudente y diligente gestión financiera y administrativa.

Durante el año 2025, los activos totales alcanzaron la suma de \$2.002.929.309 miles de pesos. Dentro de su composición se destacan, las Inversiones en subordinadas con el 49% (\$975.828.189 miles de pesos); los otros activos financieros corrientes, representan el 24% (\$476.576.030 miles de pesos); la Propiedad, planta y equipo, representan el 17% (\$343.980.218 miles de pesos); el Efectivo y los rubros equivalentes al efectivo, representan el 5% (\$103.254.372 miles de pesos), los otros ítems que componen el Activo representan un 5% (\$103.290.500 miles de pesos).

Los pasivos totales de la Entidad se situaron al cierre del 2025 en \$116.647.670 miles de pesos, equivalentes a sólo el 6% del valor total de los activos. Los pasivos corrientes suman \$101.431.056 miles de pesos, que comparados con el valor de los activos corrientes por \$605.123.148 miles de pesos dan una cobertura de 6 veces su valor, lo que demuestra la solidez financiera de la Institución.

A su vez, los pasivos están conformados por las cuentas por pagar tanto comerciales y otras cuentas por pagar con una participación del 53% (\$62.429.619 miles de pesos), que contienen el recaudo del impuesto de registro por \$16.558.783 miles de pesos al mes de diciembre de 2025, las cuentas por pagar a proveedores por \$24.841.708 miles de pesos, cuentas por pagar a empleados por \$14.635.659, como otros impuestos recaudados y los aportes a la seguridad social y otras cuentas por pagar que ascienden a \$ 3.618.732 miles de pesos. En orden de participación le siguen otros pasivos financieros con un 22% (\$25.848.542 miles de pesos), las provisiones por beneficios a los empleados con un 12% (\$13.658.959 miles de pesos), pasivos no financieros que corresponde a recursos administrados por convenios de cooperación, recursos de terceros con un 5% (\$5.863.939 miles de pesos) y finalmente otros pasivos con una participación del 8% (\$8.846.611 miles de pesos).

El Patrimonio de la Entidad se ubica en \$1.886.281.639 miles de pesos, presentando un incremento del 14% (\$232.643.123 miles de pesos) con respecto al 2024, principalmente por la constitución de reservas por valor de \$24.714.696 miles de pesos.

Producto del portafolio de servicios que brinda la Cámara a los diferentes empresarios de Bogotá y la Región, permitieron que para el cierre del año 2025 los ingresos de la Entidad ascendieran a \$582.452.187 miles de pesos, creciendo un 26% con respecto al año 2024.

La ejecución de los diferentes proyectos y programas estratégicos planeados para el año 2025, orientados al fortalecimiento del tejido empresarial de Bogotá y la región; así como, los diferentes gastos relacionados al cumplimiento eficiente de las funciones delegadas como el cumplimiento del plan estratégico de la Entidad, llevaron a que los gastos durante el año 2025 se ubicarán en \$455.069.490 miles de pesos, creciendo el 4% con respecto al año 2024.

Como resultado de los ingresos generados menos la ejecución eficiente de los gastos de los diferentes proyectos estratégicos en favor de los empresarios, más la participación en el resultado de nuestras filiales Ágora, Corferias y Certicámara por \$104.888.675 miles de pesos, la Cámara obtuvo un excedente de \$232.271.372 miles de pesos. Dichos excedentes serán reinvertidos para financiar los proyectos asociados al mejoramiento de las funciones delegadas y a los proyectos estratégicos de la institución, en beneficio de los empresarios y la comunidad de nuestra Bogotá y Cundinamarca.

GOBIERNO CORPORATIVO

Evaluación del Desempeño de la Junta Directiva

En 2025 se realizó la evaluación del desempeño de la Junta Directiva, como parte de las prácticas de buen gobierno corporativo orientadas al fortalecimiento de su funcionamiento y de su rol en la orientación estratégica de la entidad. La evaluación se desarrolló mediante una metodología especializada que permitió analizar aspectos relacionados con la estructura y funcionamiento de la Junta Directiva, la gestión estratégica, el gobierno corporativo y la relación con los grupos de interés.

Los resultados evidencian una Junta Directiva comprometida con el cumplimiento de sus funciones y con el fortalecimiento de las buenas prácticas de gobierno corporativo. Se destaca la diversidad de experiencia de sus miembros, el adecuado funcionamiento de los comités de apoyo y el trabajo de la administración en la preparación y entrega oportuna de la información para el desarrollo de las sesiones.

La evaluación permitió identificar oportunidades de mejora relacionadas con el fortalecimiento del enfoque estratégico de las sesiones, la optimización de la información presentada y el fortalecimiento de los mecanismos de comunicación y divulgación hacia los grupos de interés. En atención a estos resultados, se definieron acciones orientadas a continuar fortaleciendo el gobierno corporativo y el desempeño de la Junta Directiva, en un marco de mejoramiento continuo.

ACONTECIMIENTOS IMPORTANTES DESPUÉS DEL EJERCICIO

Entre la fecha de presentación a la Junta Directiva y el 31 de diciembre de 2025 no hubo ningún evento importante para ser reflejado en este informe.

Evolución Previsible

La Cámara de Comercio de Bogotá continuará ejecutando el plan estratégico de acuerdo con las decisiones de la Junta Directiva y el respectivo presupuesto aprobado para tal fin.

Operaciones con miembros de la Junta Directiva

Durante el ejercicio 2025 no se realizaron operaciones con los miembros de la Junta Directiva o los administradores de la Cámara.

Cumplimiento de las Normas sobre Propiedad Intelectual

La Cámara de Comercio de Bogotá, a través de la Vicepresidencia de Tecnología, ha dado cabal cumplimiento de lo establecido en el artículo 47 de la Ley 222 de 1995, modificado por el artículo 1° de la Ley 603 de 2002; normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor.

Cumplimiento con la Libre circulación de Facturas

La Cámara de Comercio de Bogotá, deja constancia que dio cumplimiento de lo establecido en los párrafos 1° y 2° del artículo 87 de la Ley 1676 de 2013, adicionados al artículo 7° de la Ley 1231 de 2008. Toda vez que durante el ejercicio del 2025 no efectuó o promovió alguna acción o acto que entorpeciera la libre circulación de facturas emitidas por los vendedores o proveedores de la entidad.