

I. INTRODUCCIÓN

La Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca (CCPC) se encuentra en una etapa decisiva. La dinámica económica regional exige una institución gremial sólida, moderna y con visión de futuro. El presente Plan de Trabajo del consejo directivo 2026-2027 tiene como propósito consolidar a la Cámara como el principal referente empresarial del norte del país, fortaleciendo su rol de articulación público-privada, defensa institucional y liderazgo en desarrollo territorial. El plan se sustenta en los principios del Estatuto institucional, desarrollo sostenible, ética y solidaridad gremial— y se proyecta a través de cinco ejes estratégicos que orientarán la gestión durante el periodo presidencial:

1. Ética y transparencia institucional
2. Promoción de la inversión y competitividad
3. Innovación y transformación digital
4. Desarrollo territorial sostenible
5. Fortalecimiento institucional y defensa del asociado

II. MARCO INSTITUCIONAL

Naturaleza según estatuto de la CCPC

La Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en adelante la Cámara, es una asociación civil sin fines de lucro y de derecho privado, está constituida con arreglo a las normas del Código Civil y normas complementarias, en lo que le sea aplicable, la Cámara es de carácter gremial empresarial, e integrada por personas naturales y jurídicas dedicadas a actividades empresariales, que han sido admitidas en su seno de acuerdo a las normas del presente Estatuto.

Fines Institucionales (Art. 4)

Son fines de la Cámara:

- Ejercer a nivel local, regional, nacional e internacional la representación de sus asociados ante las entidades privadas y públicas, tendiendo puentes y acciones necesarias que involucren el crecimiento y desarrollo empresarial de sus agremiados.
- Cautelar los derechos de sus asociados y defender sus legítimos intereses.
- Lograr la mejor solución de los problemas que sean comunes a las Cámaras de Comercio, actuando

Principios Rectores (Art. 3)

- Libertad de empresa y economía de mercado
- Desarrollo regional sostenible
- Ética empresarial
- Fraternidad y solidaridad gremial

III. MISIÓN Y VISIÓN INSTITUCIONAL

Misión:

Representar y defender los intereses del empresariado cajamarquino, promoviendo el desarrollo territorial, la competitividad y la innovación mediante servicios de alto valor y articulación público-privada.

Visión 2030:

Ser la institución empresarial más influyente del norte peruano, referente nacional en gobernanza territorial y en la promoción del crecimiento económico sostenible.

IV. OBJETIVO GENERAL DEL PERIODO 2026-2027

Fortalecer el liderazgo institucional de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, garantizando una gestión ética, transparente y sostenible, que promueva la inversión privada, el desarrollo territorial y el bienestar del empresariado regional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Consolidar mecanismos de transparencia y rendición de cuentas.
- Impulsar el desarrollo económico de Cajamarca mediante la atracción de inversiones y la articulación empresarial
- Modernizar los servicios y procesos de la Cámara con un enfoque digital e innovador.
- Integrar a la CCPC como actor clave en la gestión territorial y en las mesas regionales de desarrollo.
- Diversificar las fuentes de financiamiento institucional y fortalecer el valor del asociado

V. Marco normativo

Actividades permitidas y prohibidas (Art. 5 y 6 del Estatuto)

- La Cámara puede (no exhaustivo):

- Proponer y promover mejoras al clima empresarial y regulatorio.
- Impulsar comercio exterior y matchmaking comercial.
- Promover simplificación normativa y propuestas regulatorias.
- Representar institucionalmente a los asociados ante el Estado y organismos públicos.
- Prestar servicios de conciliación, arbitraje y resolución de disputas entre asociados y terceros.

Actividades prohibidas (Art. 6)

- Proselitismo político o religioso desde la institucionalidad de la Cámara.

VI. Estructura de gobierno

Órganos principales:

- Asamblea General — máxima autoridad.
- Consejo Directivo — órgano ejecutivo y de gobernanza estratégica.
- Comités Gremiales — ejecución sectorial y técnica.
- Gerencia General — gestión operativa y administrativa.

Funciones clave del Consejo Directivo:

- Aprobar Plan Estratégico y Plan Operativo anual.
- Designar comités y comisiones para ejecución.
- Velar por la ética e integridad institucional (mecanismos anticaptura)

Consejo Directivo propuesto (2026–2027):

- Presidente: Samuel Ortiz
- Vicepresidente: Paolo Malaver
- Director Economía y Finanzas: Guillermo Huamán
- Director Capacitación: Ana Rosa Mendoza
- Director Servicios Empresariales: Juan Gerald La Torre
- Director Comités Gremiales: Arturo Collantes
- Director Proyectos Institucionales: Horacio Urteaga
- Director Marketing y Comunicaciones: Sara Lazo
- Director Infraestructura y Patrimonio: Omar Cerna

Representación y servicios al asociado

Derechos (Art. 12): representación, voz y voto, acceso a servicios.

Obligaciones (Art. 13): respeto al Estatuto, ética y contribución institucional

VII. Plan Estratégicos 2026–2027

7.1. MATRIZ FODA (ANÁLISIS SITUACIONAL)

FORTALEZAS (F)

1. Reconocimiento regional del gremio empresarial.
2. Empresas asociadas referentes en sectores productivos (minería, agroindustria, servicios).
3. Experiencia articulando actores públicos–privados (ARD Cajamarca).
4. Equipo directivo con capacidad técnica y gran experiencia.
5. Estatuto actualizado y misión institucional clara.
6. Presencia en importantes eventos de carácter nacional y regional.
7. Otras de identificación permanente.

OPORTUNIDADES (O)

1. Nuevas inversiones privadas en minería, energía, salud, transportes, educación, agricultura, saneamiento y agroexportación.
2. Interés nacional por retomar diversificación económica regional.
3. Interés regional por priorizar proyectos.
4. Fondos y programas del Estado, cooperación, universidades.
5. Digitalización de servicios empresariales (CRM, capacitación virtual).
6. Nuevos empresarios jóvenes buscando pertenencia gremial.
7. Otras de identificación permanente.

DEBILIDADES (D)

1. Moderada participación del asociado (percepción de poco valor).
2. Comunicaciones institucionales desarticuladas.
3. Ausencia de indicadores de gestión y seguimiento.
4. Dependencia de cuotas para financiar operaciones.
5. Poca cultura de innovación dentro del gremio.
6. Poca participación en padrón electoral.
7. Otras de identificación permanente.

AMENAZAS (A)

1. Captura institucional.
2. Fragmentación empresarial y falta de confianza.
3. Competencia de otras instituciones (ONGs, gremios sectoriales).
4. Desinformación y ataques mediáticos (narrativa antiempresa).
5. Otras de identificación permanente

Tabla 1. Generación de estrategias

Tipo	Fórmula	Resultado
FO	Usar Fortalezas para aprovechar Oportunidades	Liderar articulación territorial para atraer inversiones y proyectos.
DO	Superar Debilidades aprovechando Oportunidades	Digitalizar servicios y fortalecer comunicaciones para incrementar participación.
FA	Usar Fortalezas para neutralizar Amenazas	Blindar institucionalidad con ética y transparencia para evitar captura política.
DA	Reducir Debilidades y evitar Amenazas	Diversificar ingresos y profesionalizar operación para sostenibilidad.

7.2. Ejes Estratégicos Periodo 2026-2027

Tabla 2. Objetivos Estratégicos por Eje

Eje Estratégico	Objetivo 2026-2027
1. Ética y Transparencia	Gestión ética y rendición de cuentas.
2. Promoción de la Inversión	Aumentar el flujo de nuevas inversiones y oportunidades de negocio en Cajamarca.
3. Innovación	Modernizar servicios y procesos de la Cámara mediante digitalización y tecnología.
4. Desarrollo Territorial	Posicionar a la Cámara como líder del ecosistema territorial (ARD, clústeres productivos).

Eje Estratégico	Objetivo 2026-2027
5. Fortalecimiento Institucional	Sostenibilidad financiera y crecimiento de la base empresarial asociada

7.2.1. EJE 1 — ÉTICA Y TRANSPARENCIA

Objetivo: Implantar prácticas de gobernanza que garanticen transparencia, confianza y rendición de cuentas.

Estrategias y acciones principales

1.1 Portal de Transparencia Gremial (publicación de actas, ejec. presupuestal, KPIs)

- Acción: desarrollar portal web público y sección interna para asociados
- Responsable: Dirección de Marketing + Gerencia General
- Plazo: T1 2026 (lanzamiento mínimo viable)
- KPI: 80% documentos relevantes publicados; tiempo de actualización ≤ 21 días

1.2 Estados financieros trimestrales y auditoría externa

- Acción: publicar estados y contratar auditoría anual
- Responsable: Dirección Economía y Finanzas
- Plazo: T2 2026 (primer reporte)
- KPI: Reporte trimestral publicado + informe auditoría anual sin observaciones críticas

1.3 Código de Ética y política anticaptura

- Acción: aprobar y promover política anticaptura; capacitaciones al Consejo
- Responsable: Consejo Directivo / Gerencia General
- Plazo: T1-T2 2026
- KPI: 80% directivos capacitados; N° observaciones éticas = 0 (meta)

7.2.2. EJE 2 — PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN

Objetivo: Aumentar el flujo de inversión y oportunidades de negocio en Cajamarca.

Estrategias y acciones principales

2.1 Lanzamiento "Cajamarca Invierte" — plataforma de cartera de proyectos

- Acción: consolidar cartera de oportunidades (Obras x Impuestos, APP, privados) y mapear inversores.
- Responsable: Dirección Proyectos Institucionales + Equipo técnico.
- Plazo: T2 2026.
- KPI: 2 proyectos pre-calificados y 2 reuniones con inversores por trimestre

2.2 Agenda de negocios y ruedas B2B (anuales)

- Acción: calendario de ruedas sectoriales (minería, agro, turismo, otros).
- Responsable: Director Servicios Empresariales.
- Plazo: T2-T4 2026 (plan anual)
- KPI: 3 ruedas/año, % asociados beneficiados $\geq 30\%$.

2.3 Observatorio de Proyectos y Propuesta de Valor para Gobiernos Locales

- Acción: reporte trimestral de oportunidades + propuestas técnicas para gestión de financiamiento.
- Responsable: Dirección Economía y Finanzas / Comités Gremiales.
- KPI: 1 informe trimestral; 1 alianzas público-privadas impulsadas.

7.2.3. EJE 3 — INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN

Objetivo: Modernizar servicios de la Cámara y promover transformación digital del asociado.

Estrategias y acciones principales

3.1 Plataforma digital del asociado (CRM + servicios)

- Acción: implementación CRM + portal transaccional (pagos, inscripciones, cursos)
- Responsable: Dirección Marketing + Gerencia TI (externa)
- Plazo: T1-T3 2026.
- KPI: 50% asociados activos en plataforma a 14 meses.

3.2 CCPC Learning Center (capacitación y certificación)

- Acción: catálogo de cursos virtuales y certificaciones (alianza / universidades).
- Responsable: Dirección Capacitación.

- Plazo: T3 2026 lanzamiento.
- KPI: Usuarios registrados primer año; certificaciones lanzadas.

3.3 Programa de innovación empresarial (incubación / asesorías)

- Acción: incubadora para startups locales, bootcamps sectoriales.
- Responsable: Comités Gremiales + Dirección de Innovación.
- KPI: 1 incubadora en 24 meses.

7.2.4. EJE 4 — DESARROLLO TERRITORIAL Y ARTICULACIÓN (ARD)

Objetivo: Posicionar a la CCPC como líder en gobernanza territorial, articulando inversiones y clústeres productivos.

Estrategias y acciones principales

4.1 Fortalecer ARD Cajamarca (secretaría técnica)

- Acción: asumir rol de secretaría técnica, coordinar mesas sectoriales (minería-agua, turismo, agro).
- Responsable: Presidencia + Director Proyectos Institucionales.
- Plazo: T2 2026 inicio operativo.
- KPI: 2 proyectos ARD articulados / año.

4.2 Mesas sectoriales y clústeres

- Acción: consolidar mesas. Minería-Agua, Agroexportación, Turismo y SME.
- Responsable: Director Comités Gremiales.
- KPI: 3 acuerdos de colaboración por mesa / año.

4.3 Vinculación academia-cooperación

- Acción: convenios con universidades para R&D y capacitación; buscar cooperación internacional.
- Responsable: Dirección Proyectos Institucionales.
- KPI: 2 convenios y 1 proyecto de cooperación vigente.

7.2.5. EJE 5 — FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL Y SOSTENIBILIDAD FINANCIERA

Objetivo: Asegurar la sostenibilidad operativa y la profesionalización de la Cámara

Estrategias y acciones principales

5.1 Diversificación de ingresos

- Acción: desarrollar portafolio de servicios (asesorías, certificaciones, eventos pagados)
- Responsable: Gerencia General • Dirección Servicios Empresariales
- KPI: 35% ingresos no provenientes de cuotas en 24 meses

5.2 Aumento y fidelización de asociados

- Acción: campañas sectoriales de captación, beneficios escalonados
- Responsable: Dirección Marketing y Gerencia Comercial
- KPI: +30% nuevos asociados en 24 meses, tasa de retención a 75%

5.3 Modernización administrativa (procesos y CRM)

- Acción: manual de procesos, control interno y KPIs operativos
- Responsable: Gerencia General
- KPI: implementación de CRM y manual de procesos T2 2026

5.4 Consejo Consultivo y Centro de Defensoría del Asociado

- Acción: crear Consejo Consultivo con líderes regionales, centro de defensa (asesoría legal y soporte)
- Responsable: Presidencia • Dirección de Servicios Empresariales
- KPI: 2 reuniones anuales del Consejo, 100% casos atendidos en plazos definidos

5.5 Seguir el buen legado de gestiones anteriores:

- Construcción del local institucional
- Recuperación de la institucionalidad de el CITE Joyeria "Korwesi"

VIII. Hoja de Ruta y Métricas

Tabla 1. Hoja de Ruta y Métricas T1 a T4

Evento	Evento clave
T1 2026	Portal de Transparencia (MVP), Aprobación Código de Ética, Inicio CRM (fase
T2 2026	Lanzamiento "Cajamarca Invierte", Estados financieros trimestrales, Secretaría técnica ARD operativa
T3 2026	CCPC Learning Center operativo, plataforma del asociado acciona servicios
T4 2026	Primera rueda B2B y primer proyecto territorial en ejecución
2027 (T1-T4)	Consolidación, diversificación de ingresos, expansión territorial, evaluación ajuste del plan

Tabla 4. Métricas de éxito

Indicador	Descripción / Enfoque	Periodo de Evaluación
% de documentos de transparencia publicados	Nivel de información gremial disponible públicamente (actas, estados financieros, acuerdos)	Semestral
Número de ruedas de negocio realizadas	Eventos B2B y de promoción empresarial organizados por la Cámara	Anual
Monto estimado de inversiones vinculadas	Valor total de inversiones articuladas o facilitadas por la Cámara	Anual
% de asociados activos en plataforma CRM	Porcentaje de empresas asociadas que usan los servicios digitales y participan activamente	Semestral
Incremento del número de asociados	Crecimiento de la base de miembros inscritos y activos	Anual
% de ingresos no provenientes de cuotas	Nivel de diversificación financiera de la institución	Semestral
Encuesta de satisfacción del asociado (NPS)	Nivel de satisfacción y confianza de los asociados respecto a los servicios y gestión institucional	Anual

