

Informe de Pasantía Cámara de Industria y Comercio Colombo Chilena

“Fortalecimiento Comercial a Empresas de Chile y Colombia”

Juan Manuel Sánchez Rojas

Universidad Antonio Nariño

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Comercio Internacional

Tunja, 2020

Informe de Pasantía Cámara de Industria y Comercio Colombo Chilena

“Fortalecimiento Comercial a Empresas de Chile y Colombia”

Juan Manuel Sánchez Rojas

**Trabajo de grado presentado para optar al título de Profesional en Comercio
Internacional**

**Informe de pasantía dirigido por:
OSCAR IVÁN SÁNCHEZ ALARCÓN**

**Universidad Antonio Nariño
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Comercio Internacional
Tunja, 2020**

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma de jurado

Firma de jurado

Tunja, 29 de mayo de 2020

Dedicatoria

A Dios por encaminarme por el camino del bien y por darme las fuerzas para trabajar siempre con sabiduría y tomar las mejores decisiones en todo mi proceso de formalización.

A mi padre Manuel Vicente Sánchez, a mi madre Olga Lucía Rojas y demás familiares por ayudarme emotivamente y esforzarse a hacer todo lo posible durante todas mis etapas de estudio. Se los dedico por todo el esfuerzo que han hecho por darme lo mejor y guiarme siempre por el mejor camino y confiar en mí. Su motivación constante que me ha permitido ser una persona amable, pero más que nada, por su amor y por esa perseverancia y constancia que los caracterizan lo cual me ha estado guiando siempre hacia adelante.

A la mujer que siempre quiso que llegara tan lejos y que gracias a su carisma, apoyo y buenos consejos he podido dar lo mejor de mí en esta última etapa y explotar todo mi conocimiento para ofrecer los mejores resultados en cualquier ámbito y sin decaer ante un obstáculo.

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a Dios, a mis padres Manuel Vicente Sánchez y Olga Lucía Rojas, a mis hermanos Nicolás Sánchez y Juan Pablo Sánchez por enseñarme a cómo luchar en esta vida llena de adversidades, a conquistar los objetivos que establecí para mis metas hasta que haya agotado todos los recursos. Por estar conmigo cuando he caído y motivarme para seguir adelante.

Agradezco a la Universidad Antonio Nariño por la formación que me han dado en estos años tanto profesional como personal, ya que sirvieron de guía en mi camino y siendo un pilar importante para superar todas las etapas de mi carrera.

A Oscar Iván Sánchez tutor académico por compartir su sabiduría y conocimiento con nosotros.

Para mis colegas universitarios y de pasantía, gracias por su apoyo y amistad durante todo este período.

Y finalmente, quisiera expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que cooperaron o participaron en la realización de esta pasantía.

Contenido

Resumen	10
Abstract	11
Introducción	12
1. Diseño de la Investigación	13
1.1 Problema	13
1.1.1 descripción del problema.....	13
1.1.2 formulación del problema.....	13
1.2 Objetivos.....	14
1.2.1 Objetivo General	14
1.2.2 Objetivos Específicos.....	15
2 Marco referencial	15
2.1 Marco Teórico	15
2.1.1 Teoría de La Ventaja Comparativa	16
2.1.2 Apertura Económica.....	17
2.1.3 Las Fuerzas de Porter	19
2.2 Marco Conceptual	20
2.3 Marco Legal.....	24
2.4 Marco Geográfico	25
2.5 Marco Institucional.....	27
3 Actividades que realiza la Cámara de Comercio Colombo Chilena.....	28

3.1 Perfil de la empresa	28
3.1.2 Misión	29
3.1.3 Visión.....	29
3.1 Servicios Empresariales.....	30
4. Funciones y Actividades desarrolladas durante la pasantía	32
4.1 Cargo	32
4.2 Funciones.....	32
4.3 Gestión realizada con las diferentes empresas.....	33
4.3.1 Empresas a cargo	34
4.3.2 Descripción de las empresas	37
5. Sistema de Información Orus Data.....	52
5.1 Funcionamiento de la Plataforma y Funciones Realizadas	53
6. Conclusiones y Recomendaciones.....	54
6.1 Conclusiones	54
6.2 Recomendaciones	55
7. Bibliografía	57
8. Anexos	59
8.1 Anexo 1: Ficha Técnica Comercial.....	59

Lista de Tablas

Tabla 1. Empresas a cargo.	34
Tabla 2. Ficha Comercial 9 Alliance	38
Tabla 3 Ficha Comercial Efizity	40
Tabla 4 Ficha Técnica Proestech	43
Tabla 5 Ficha Técnica Seminarium	44
Tabla 6. Ficha Comercial Signature.....	46
Tabla 7. Ficha Comercial Tecno Fast	49
Tabla 8. Ficha Comercial Tuten Labs	51

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Ubicación Geográfica. Gobernación de Cundinamarca.	25
Ilustración 2. Logo Cámara Colombo Chilena	28
Ilustración 3. Planes de Trabajo	37
Ilustración 4 Plataforma Orus Data (Orus Data , 2020).....	52
Ilustración 5 Uso de LinkedIn con la extensión de Orus Data (Linkedin, 2020)	53

Resumen

Este informe refleja las diferentes actividades llevadas a cabo los último 6 meses en la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena, ubicada en Bogotá. La Cámara Colombo Chilena, es una entidad sindical sin fines de lucro dedicada a promover y fortalecer las relaciones comerciales y las inversiones entre empresas chilenas y colombianas, además brinda asesoría en proyectos de inversión, estudios de mercados, planes de exportación, organización de eventos, entre otros. El pasante desempeñó sus actividades como profesional comercial, el cual se encarga de realizar la gestión comercial de las diferentes empresas afiliadas asignadas al principio de la pasantía, gestión que abarca la búsqueda de posibles empresas prospecto para acercamientos comerciales y creación de bases de datos las cuales contienen información de contactos llamativos para la búsqueda interna que tenga cada empresa, así mismo también se encarga de los demás requerimientos que puedan tener las empresas o la Cámara en sí. También se toca el tema de que es Orus Data y su maneja, como buscar los contactos para alimentar esta plataforma y el uso de las herramientas creadas para mejorar esta búsqueda. El propósito de la pasantía es poner en práctica el conocimiento adquirido en la formación académica, que resultó ser útil durante el proceso de pasantía.

Palabras clave: Bases de Datos, ficha técnica, eventos, acercamientos, multinacional, marketing, plataformas, herramientas y gestiones.

Abstract

This report reflects the different activities carried out in the last 6 months at the Colombo Chilean Chamber of Commerce and Industry, located in Bogotá. The Colombo Chilean Chamber is a non-profit trade union entity dedicated to promoting and strengthening trade relations and investments between Chilean and Colombian companies, it also provides advice on investment projects, market studies, export plans, organization of events, among others. The intern carried out his activities as a commercial professional, who is in charge of carrying out the commercial management of the different affiliated companies assigned at the beginning of the internship, management that includes the search for possible prospective companies for commercial approaches and creation of databases which They contain striking contact information for the internal search that each company has, and it also takes care of the other requirements that the companies or the Chamber itself may have. The topic of what Orus Data is and its management is also touched upon, such as searching for the contacts to feed this platform and using the tools created to improve this search. The purpose of the internship is to put into practice the knowledge acquired in academic training, which turned out to be useful during the internship process.

Keywords: Databases, technical data sheet, events, approaches, multinational, marketing, platforms, tools and management.

Introducción

Este proyecto de pasantía se encuentra orientado hacia las exigencias que demanda el mundo actual, la importancia de profesionales integrales que tengan bases sólidas tanto en lo teórico como en lo práctico. Es por esto por lo que la Universidad Antonio Nariño les proyecta a los estudiantes realizar prácticas profesionales, ya que permite aplicar los conocimientos adquiridos en diferentes áreas, reforzar el intelecto, el fortalecimiento de las empresas y adquisición de experiencia y adaptación al mundo laboral.

La alianza estratégica con la Cámara Colombo Chilena ayudará a los practicantes a afrontar temas de acercamientos comerciales y alianzas con el fin de que las empresas que se encuentran afiliadas puedan ingresar a otro mercado con mayor facilidad, para promover el libre comercio y aumentar la actividad económica en el país.

La Cámara Colombo Chilena crea y ofrece sus servicios abiertos a cualquier empresario para que se lleve a cabo con éxito una negociación. Además, brinda herramientas que orienten a los empresarios sobre el comportamiento y maneras de manejar diferentes culturas de negociación.

La finalidad de realizar esta pasantía empresarial es la de poner a disposición y en práctica, todos aquellos conocimientos impartidos durante toda la carrera por docentes y demás procesos de aprendizaje como conferencias y seminarios, ayudando a fomentar y fortalecer las economías de Chile y Colombia con las empresas afiliadas a la Cámara binacional.

1. Diseño de da Investigación

1.1 Problema

1.1.1 Descripción del problema

Teniendo presente los retos en los que incurre el mundo y en el aspecto laboral en la actualidad, el cual es muy competitivo y exigente para la vinculación de nuevos profesionales, en ese sentido, la Cámara Colombo Chilena brinda la oportunidad de adquirir experiencia y desarrollar capacidad para enfrentar problemas en el ámbito del Comercio Internacional.

Este trabajo pretende ser una contribución a esas nuevas naturalezas laborales pues se ha escogido realizar la modalidad de práctica profesional, la cual es una gran oportunidad de implementar en un ámbito práctico todos los conocimientos, competencias y experiencias adquiridas a lo largo de la carrera.

Por tanto, como estudiante del programa de Comercio Internacional de la Universidad Antonio Nariño de la sede de Tunja al realizar la pasantía profesional en una entidad como lo es una cámara binacional se contribuye y aporta a la articulación entre privadas y públicas, con el fin de promover el fortalecimiento empresarial y de las relaciones comerciales que generen un crecimiento y desarrollo económico.

1.1.2 Formulación del problema

De acuerdo con las actividades realizadas durante la pasantía en la Cámara Colombo Chilena ¿ Qué les queda a los estudiantes para aprender sobre sus vidas profesionales y personales?

1.1.3 Justificación

La realización de la pasantía en una Cámara binacional aportara a la formación académica, para lograr ser un profesional más eficiente en el ambiente laboral que busca fortalecer comercialmente la gestión como lo indican los reglamentos de la Universidad Antonio Nariño, para el desarrollo económico y educativo, brindando al estudiante la oportunidad de desempeñarse de forma asertiva con el fin de conocer nuevas culturas, costumbres y diferentes mercados.

Por esta razón es indispensable establecer alianzas estratégicas entre la universidad y la Cámara Colombo Chilena, para fortalecer los conocimientos profesionales y de esta manera convertirse en una persona con valores profesionales y aptitudes sobresalientes para el crecimiento de ambas economías.

Así mismo, la Cámara Colombo Chilena ayudará a los pasantes a afrontar temas como acercamientos comerciales y alianzas con el fin de poder brindar soluciones a las empresas que se encuentran afiliadas abriendo para ellas nuevos nichos de mercado con mayor facilidad o nuevos contactos potenciales para negociaciones futuras.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Realizar la pasantía profesional en la Cámara de Industria y Comercio Colombo Chilena en la ciudad de Bogotá, para que de esta manera todos los conocimientos y habilidades adquiridos a lo largo de la carrera se puedan poner en práctica para ayudar a resolver todos los desafíos planteados por la entidad y adquirir nuevos conocimientos y habilidades.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Apoyar y gestionar las diferentes actividades que realiza la Cámara Colombo Chilena.
- Apoyar la formulación de misiones y proyectos que se lleven a cabo a lo largo del trabajo de pasantía.
- Realizar acompañamiento a las empresas asignadas para hacer seguimiento de la gestión, revisar la efectividad de reuniones y demás eventos organizados por la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena.
- Apoyar la estrategia de gestión local, nacional e internacional que se realiza diariamente con el fin de establecer vínculos comerciales.
- Administrar el sistema de información ORUS-DATA que recopila bases de datos empresariales.

2 MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco Teórico

En la presente investigación se estudian las diferentes teorías y conceptos básicos, acerca del comercio internacional ya que cada vez, se ha vuelto común el intercambio entre los diferentes países y esto ayuda a comprender el proceso y la forma de administrar de manera eficiente y eficaz, el acercamiento comercial entre empresas colombianas y chilenas y así poder lograr un aporte significativo a la Cámara Colombo Chilena.

La Organización Mundial del Comercio (ONU) es el único organismo internacional que se ocupa de las normas comerciales entre países. Su objetivo principal es garantizar que los flujos comerciales circulen con la máxima comodidad, previsibilidad y libertad.

2.1.1 Teoría de La Ventaja Comparativa

Adam Smith señaló en su libro “Riqueza de las naciones” (SMITH, 1776), una de sus principales reflexiones la cual es guiar todos los aspectos del comportamiento y las actividades humanas para el interés propio. Según sus ideas, esto es lo que impulsa la división del trabajo y la acumulación de capital, lo que conduce a una mayor productividad.

Smith explicó que, en principio, el trabajo anual de cada país es proporcionar fondos para todas las cosas necesarias y convenientes de la vida y que un país consume cada año. Estos fondos incluyen productos directos del trabajo o productos comprados a través de otros países.

Pero para él, hay dos razones para la riqueza de cada país:

- Aptitud, destreza y sensatez con que se ejercita el trabajo.
- Proporción de trabajadores dedicados al trabajo útil con respecto a los no empleados.

Esto hace las cosas más complicadas. Si cree que ganar dinero es suficiente para trabajar largas horas, Smith le dirá que está equivocado.

En este sentido, el filósofo explicó que un sistema económico beneficioso nació del orden natural, del que se puede distinguir:

- División del trabajo
- Desarrollo de divisas
- Crecimiento de ahorro e inversión personal
- Desarrollo del comercio exterior
- Balance entre oferta y demanda

En el método anterior, enfatizaba la división del trabajo, porque mejoraba las habilidades de cada trabajador, estimulaba la invención de herramientas que facilitaban el trabajo y, lo más importante, ahorra tiempo. ¿Cómo realizar la división del trabajo? Smith dijo que esto es el resultado de un aumento adicional en la cantidad de trabajo que las personas pueden hacer, mientras que al mismo tiempo crea una alta calidad de vida (que era común en su tiempo).

2.1.2 Apertura Económica

La apertura económica que experimentó Colombia a principios de la década de 1990 fue uno de los muchos pasos dados por el continente sudamericano para integrarse en la economía global durante el gobierno del presidente estadounidense Reagan y la primer ministra británica Thatcher, principales partidarios de esta política comercial.

En Sur América, el país que más rápido adoptó este modelo económico fue Chile durante la época del general Augusto Pinochet. La lógica detrás del modelo es que, la introducción de elementos de competitividad extranjera mejorará la calidad y la innovación de los productos nacionales, mientras que el costo disminuirá, lo que tendrá mayores beneficios para los consumidores.

En Colombia, solo décadas después se adoptó este modelo, tiempo durante el cual las políticas proteccionistas dominaron el comercio con otros países. Debido al proteccionismo comercial, el mercado interno ha estado saturado de productos locales, y su poder adquisitivo es menor que la oferta. Además, con el tiempo, debido a la falta de competencia, los precios de los productos nacionales han aumentado y el control de calidad ha disminuido. Por esto, se optó por una política abierta durante el gobierno del presidente César Gaviria.

Una nueva ronda de competencia provocada por la introducción de productos extranjeros en el mercado colombiano ha cambiado por completo la relación entre producción y demanda que ha gobernado el país durante décadas.

Diez años después de la apertura de la economía, está claro que la lógica de este modelo nunca se ha aplicado completamente. Sin excepción, todos los países del mercado mundial continúan adoptando medidas comerciales proteccionistas en forma de aranceles, subsidios a ciertos sectores u otros tipos de restricciones. Del mismo modo, la idea de una economía global integrada no se ha realizado plenamente. El fenómeno más común es el establecimiento de zonas comerciales específicas entre países; así es como se crean módulos comerciales como la CAN, ALCA Y MERCOSUR etc.

Es importante tener en cuenta que esta política económica es uno de los componentes de la ideología política llamada neoliberalismo. En consecuencia, el libre comercio, la descentralización y la privatización para reducir el estado del país son algunas medidas necesarias para promover el desarrollo nacional. (Banco de la República, 2017)

2.1.3 Las Fuerzas de Porter

Porter plantea 5 fuerzas, A través del análisis y la identificación, se analiza un departamento basado en cinco fuerzas existentes. Esto permite a las empresas comprender la competencia en sus departamentos operativos. Por lo tanto, esta situación puede ser analizada.

Son un gran concepto de negocio, y puede usarlo para maximizar los recursos y superar a los competidores. Primero, debemos desarrollar la visión de la empresa. Luego, establezca las estrategias necesarias para lograr la visión de esta. Debe considerar todos los factores, desde los factores cuantitativos y cualitativos hasta el poder y rango de la compañía.

Las 5 fuerzas de Porter:

- Rivalidad entre las empresas: Dependiendo de la competencia entre las competiciones, el margen de beneficio obtenido por la industria puede ser más o menos.
- Poder de negociación de los clientes: Si hay pocos clientes en el mercado, existe el riesgo de organizarse y aceptar el precio que creen que debe pagarse. Esto representa una amenaza para la empresa.
- Poder de negociación de los proveedores: Amenaza que corre a cuenta de los proveedores debido al gran poder de negociación.
- Amenaza para nuevos competidores: Desea lanzar nuevos productos en mercados específicos con barreras de entrada específicas.
- Amenaza de productos sustitutos: Hay productos que son muy similares entre sí en el mercado, lo que significa que la mayoría de las empresas tienen bajos márgenes de ganancia.

Para este tipo de modelo, las barreras de entrada se incluyen como mecanismo de defensa para la empresa. Por lo tanto, se obtiene un programa de utilidad que puede usarse para investigación y desarrollo más adelante. Esto ayuda a financiar guerras de precios o invertir en otros negocios. (Dirmconfidencial , 2016)

2.2 Marco Conceptual

Alianza Estratégica: Este es un acuerdo entre dos compañías independientes que comparten recursos para lograr un objetivo común. En las alianzas estratégicas, las compañías participantes permanecen independientes y no forman nuevas compañías como empresas conjuntas. Cada empresa mantiene su propia autonomía y, en general, los proyectos que comparten tienen un cierto período de tiempo. Algunos objetivos de la alianza estratégica son:

- Explorar las sinergias que se pueden obtener trabajando juntos, especialmente en ciertos campos o industrias.
- Realizar proyectos de investigación conjuntos que sean de interés para ambas partes, y los resultados pueden desarrollarse comercialmente a través de nuevas tecnologías o productos lanzados al mercado.
- Llegar a un acuerdo comercial para una red de intercambio o distribución de clientes para que ambas partes puedan beneficiarse mutuamente. (global negotiator, s.f.)

Acuerdo Comercial: Un acuerdo comercial es un acuerdo o negociación entre dos o más países con el propósito de coordinar intereses comerciales y aumentar los intercambios entre los signatarios. Un acuerdo comercial puede ser más o menos complicado, dependiendo de si el país firmante decide delegar parte de su soberanía en una institución supranacional y aceptar su control en asuntos de política económica (incluida la política comercial). Si se

produce alguna forma de transferencia de soberanía, hablaremos de integración económica. Krugman, Olney y Wells creen que un acuerdo de comercio internacional es un tratado en el que un país acepta implementar una política menos proteccionista sobre las exportaciones de otros países. A cambio, otro país también acepta exportar a este país. (Gestiopolis , s.f.)

Balanza Comercial: La balanza comercial o balanza de productos básicos es el registro económico del país que recolecta la importación y exportación de productos básicos, es decir, los ingresos menos el pago del comercio de productos básicos de un país.

A través de la balanza comercial, puede obtener más información sobre las importaciones y exportaciones que ocurrieron en un determinado país y en un momento específico. Específicamente, el saldo representa la diferencia entre los bienes vendidos por un país en el extranjero y los bienes comprados a otros países. (Economipedia , s.f.)

Bases de datos: La base de datos es un conglomerado de información que pertenece al mismo contexto y se clasifica sistemáticamente para su posterior recuperación, análisis y/o transmisión. Actualmente existen muchas formas de bases de datos, desde bibliotecas hasta conjuntos de datos de usuarios masivos para compañías de telecomunicaciones.

La base de datos es el producto de la necesidad humana de almacenar información, es decir, para ahorrar tiempo y deterioro, de modo que se pueda acceder más tarde. En este sentido, la llegada de la electrónica y las computadoras proporciona elementos digitales esenciales porque se puede convertir en señales eléctricas o magnéticas y, por lo tanto, puede almacenar grandes cantidades de datos en un espacio físico limitado. (concepto.de , s.f.)

Cliente: Toda persona que compra un bien o servicio, especialmente de forma habitual

Divisa: La divisa se le llama básicamente a la moneda utilizada por un país (no el país de origen). En otras palabras, la divisa es la moneda extranjera relativa al país de referencia.

Empresa Multinacional: En otras palabras, una empresa multinacional posee oficinas y/o fábricas en distintos países. De esa forma, ofrece sus productos y/o servicios en más de un mercado distinto al de la matriz. También puede ocurrir, aunque no suele ser lo habitual en una empresa que vende alrededor del mundo, que esté en una sola nación, pero venda o comercie con varios países de manera recurrente y efectiva. (Westreicher, s.f.)

Estudio de Mercado: La investigación de mercado es una iniciativa en una estrategia de marketing que una empresa pretende estudiar y comprender cuando realiza una actividad económica específica.

A través de la investigación de mercado, el análisis y la observación de departamentos específicos en los que la empresa desea ingresar a través de la producción de productos o la prestación de servicios. Para hacer esto, necesita conclusiones precisas sobre el entorno que desea desarrollar y los resultados que dará la entrada, y debe tener en cuenta las características de los recursos o servicios a los que se dedican. Toda la información obtenida supondrá una previsión de la empresa, útil a la hora de plantear una inversión o la entrada a un mercado.

Al observar esto, puede aumentar las posibilidades de éxito proporcionadas por bienes o servicios específicos. (Galán, s.f.)

Misión Empresarial: Podemos entender como misión empresarial el viaje de negocios que hace una empresa o grupo de empresarios con el fin de conocer nuevos mercados y efectuar negocios o alianzas estratégicas con diferentes empresas.

Plan Exportador: Un plan de exportación es un documento que menciona todas las estrategias comerciales que se desarrollarán en un mercado específico y una recopilación de todas las acciones que se deben tomar para la venta de productos y servicios en el extranjero. (procolombia , s.f.)

Proyecto de Inversión: Por lo tanto, los proyectos de inversión son recomendaciones basadas en el uso de los recursos disponibles para tomar medidas y pueden ser rentables. Estos beneficios inseguros pueden realizarse a corto, mediano o largo plazo.

Cada proyecto de inversión incluye la recopilación y evaluación de factores que afectan directamente la oferta y la demanda de productos. Esto se llama investigación de mercado y determina en qué segmento de mercado se centrará el proyecto y la cantidad de productos que se espera vender.

En resumen, el proyecto de inversión es un plan para asignar fondos, recursos materiales, mano de obra e insumos técnicos. Su propósito es generar retornos económicos dentro de un cierto período de tiempo. Por esta razón, es necesario reparar los recursos durante mucho tiempo. (Definición, s.f.)

Brochure: Se refiere a cualquier folleto, tríptico o archivo gráfico o digital de servicios prestados por la empresa. Los folletos comerciales van desde materiales como folletos publicitarios para productos o carpetas con varios productos creados para notificación interna o externa. (zip visual , s.f.)

2.3 Marco Legal

- ✓ Ley 1189 de 2008: La base de la Ley Número 80 de 1993 es que el propósito de esta es establecer reglas y principios que rijan los contratos de las entidades estatales.
- ✓ Ley No.849: El propósito de la ley es regular la Cámara Nacional de Comercio e Industria, diferentes actividades económicas tales como negocios, industria, producción, finanzas, servicios y turismo, y la Federación, Confederación, Congreso Nacional y Parlamentos Mixtos de los dos países organizados bajo esta Ley.
- ✓ Ley 1780 de 2016: Promover el empleo juvenil y el espíritu empresarial, formular medidas para superar las barreras de entrada al mercado laboral y emitir otras regulaciones.
- ✓ Ley 1429 de 2010, Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo.
- ✓ Ley 1258 de 2008: Por medio de la cual se crean las S.A.S. (Sociedades por Acciones Simplificadas).
- ✓ Ley 1165 del 2019, Según el Decreto Número 1165 del 2 de julio de 2019, las regulaciones aduaneras actuales se han fusionado, consolidado y unificado, y el campo de la facilitación del comercio incluye nuevos componentes. El decreto otorga a las empresas de comercio exterior seguridad y estabilidad legal para promover la economía del país.
- ✓ Acuerdo Tratado de Libre Comercio Colombia – Chile, Desde el Tratado de Montevideo de 1980 (ALADI), el acuerdo comercial entre Colombia y Chile comenzó con el proceso de integración en América Latina, que se alcanzó mediante un acuerdo

de alcance parcial bilateral, que fue el 6 de diciembre de 1993. La base del Acuerdo de Complementación Económica ACE24 firmado y vigente desde el 1 de enero de 1994, a través de la Ley Número 2717 de 1993.

✓ Decreto 410 de 1971, Código de Comercio Colombia (Codigo de comercio de colombia)

✓ Artículo 424, Código comercio Chile (leyes-cl, 2020)

2.4 Marco Geográfico

La práctica comercial se llevará a cabo en la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena, Bogotá, ubicada en la Avenida Calle 100 No. 8 A – 55, Torre C.

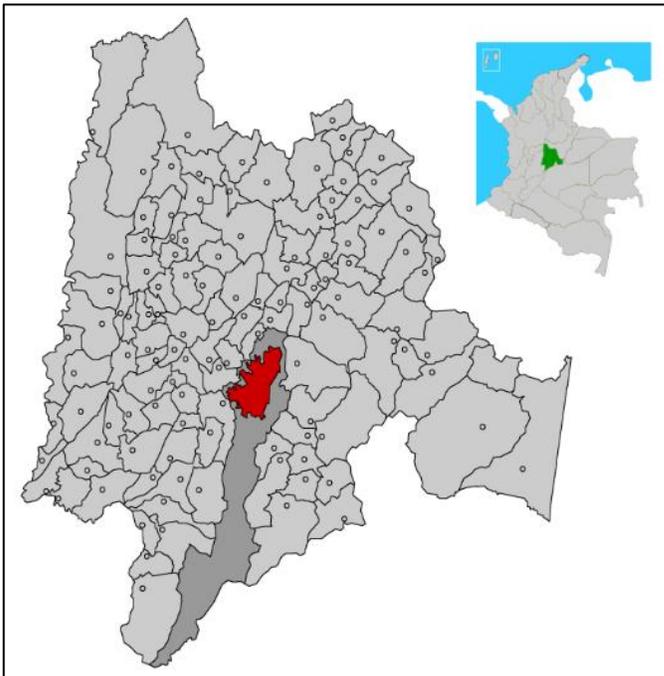


Ilustración 1 Ubicación Geográfica. Gobernación de Cundinamarca.

Geografía de Cundinamarca:

- Cundinamarca es uno de los 32 departamentos de Colombia.
- Cubre un área de 24,210 kilómetros cuadrados
- Fundada el 5 de agosto de 1886 en conformidad con la Constitución del mismo año.
- Está ubicado en la parte central del país y la capital es Bogotá.

Geografía de Bogotá: La ciudad de Bogotá se encuentra en la parte central del territorio nacional, a una altitud de 2.600 metros, en el extremo oriental de la Sabana de Bogotá, la meseta más alta de los Andes de Colombia. Su área urbana es de 307,36 kilómetros cuadrados.

Clima: Debido a la gran altitud, el clima montañoso en Bogotá es frío, la temperatura promedio en el área es de 14 ° C. Las estaciones secas y húmedas se alternan durante todo el año siendo así enero, febrero, marzo y diciembre los meses más secos, y abril, mayo, septiembre, octubre y noviembre los meses más húmedos.

Límites Geográficos: Se extiende hacia el este junto con las ciudades de Choachí, Chipaque, Uña, Gutiérrez, La Calera. El extremo oriental de Bogotá lo constituye una cadena montañosa de la cordillera de los Andes.

Limita al oeste junto con el río Bogotá y municipios como La Cabrera, San Bernardo, Arbeláez, Cota, entre otros.

En el límite sur, está flanqueado por las faldas del páramo de Sumapaz.

En el norte, está adyacente a una de las ciudades más cercanas y agradables, Chía, donde se encuentra la tierra agrícola de la Sabana. Entre estos límites se extiende todo el sector urbano, habitado por 7 millones de personas en el 2018.

Vías de Comunicación: Bogotá tiene seis entradas principales desde todos los puntos básicos:

- Desde el norte, se puede acceder a través de la Autopista Central Norte (Departamento de Boyacá) y ciudades como Tocancipá, Briceño y Chía.
- Desde la entrada oeste, se pasa por la autopista de Medellín, que es proporcionada por los departamentos de Tolima y la Vega Cundinamarca.
- La entrada a la calle 13 proviene de Facatativá y Mosquera.
- En el este, el camino proviene de los Llanos Orientales y Villavicencio.
- Por la Autopista Sur, se conecta la capital con Silvania y Fusagasugá. También hay un camino a través de Salto del Tequendama y Mesitas del Colegio. Estas rutas cruzan la Geografía en todas las direcciones y conectan a Bogotá con las costas del Caribe y el Pacífico, así como con Venezuela y Ecuador. (colombia , s.f.)

2.5 Marco Institucional

Cámara Colombo Chilena: Es una entidad sindical que puede promover y fortalecer las relaciones comerciales y las inversiones entre empresas chilenas y colombianas.

Cámara de Comercio de Bogotá: Es una organización privada sin fines de lucro que administra los registros comerciales de empresas creadas en Bogotá. Proporciona procedimientos formales para actividades económicas y establece alianzas para el establecimiento de empresas.

Pro Chile: Institución del Ministerio de Relaciones responsable de promover la exportación de los productos y servicios del país, así como la difusión de la inversión extranjera y el desarrollo del turismo

Pro Colombia: Es la entidad responsable de promover el turismo, la inversión extranjera en Colombia, las exportaciones de energía no minera y la imagen nacional.

A través de una red de oficinas nacionales e internacionales, brinda a los clientes un amplio soporte y asesoramiento para buscar generar, desarrollar y cerrar oportunidades de negocios a través de servicios o medios diseñados para promover el diseño y la ejecución de su estrategia internacional.

3 Actividades que realiza la Cámara de Comercio Colombo Chilena.

3.1 Perfil de la empresa



Ilustración 2. Logo Cámara Colombo Chilena

La Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena, es una entidad gremial sin fines de lucro dedicada a promover y fortalecer las relaciones comerciales y las inversiones entre empresas chilenas y colombianas.

La empresa en cumplimiento con la legislación colombiana en materia tributaria y fiscal cumple con las siguientes características:

CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA COLOMBO CHILENA identificada con NIT 900252600 - 5 y Registro ante Cámara de Comercio N° 90033275 del 20 de marzo del 2009 está constituida como Entidad Sin Ánimo de Lucro.

- ✓ Su actividad económica principal está registrada como la 7020 Actividades de consultoría de gestión y 6810 Actividades inmobiliarias realizadas con bienes propios o arrendados
- ✓ Su representante legal actual es José Ramón Palma Tagle (EMPRESARIAL, s.f.)

3.1.2 Misión

Su misión es promover el desarrollo social y económico de Colombia y Chile a través de alianzas comerciales innovadoras de comercio e inversión.

3.1.3 Visión

Su visión es llegar a ser la Cámara binacional admirada en la región, por agregar valor a través de la innovación e impulsar la dinámica del mercado.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Presidente Ejecutivo

José Palma Tagle

Subdirectora Ejecutiva en Chile

Carolina Orjuela Carrero

Directora Comercial

Nancy Beltrán

Coordinadora Comercial

Adriana Navas

Directora de Comunicaciones y Mercadeo

Daniela Cárdenas

Directora de Nuevos Negocios

Vanessa Vargas

Asistente de Presidencia

Jessica Correa

Director de Contabilidad

César Penagos

3.1 Servicios Empresariales

- Agendas de negocios: Organizan reuniones con posibles inversores, compradores o proveedores para realizar negocios, por lo que su responsabilidad es la de planificar toda la agenda, la cual incluye el número de reuniones que se distribuirán dentro de las fechas previstas. El servicio fomenta las reuniones con empresas jurídicas seleccionadas profesionalmente para garantizar que la otra parte responda a la imagen buscada por los empresarios. Como resultado, se entrega un documento final que contendrá datos completos por cada reunión confirmada y programada.
- Asesoría en proyectos de inversión: Promueven las relaciones de inversión entre Colombia y Chile; específicamente, se esfuerzan por cumplir con los requisitos de

cualquier empresa extranjera que quiera socios de cualquier país para iniciar un proceso de fusión o adquisición. Además, buscan recursos para desarrollar proyectos en los ámbitos del medio ambiente, la logística, la minería y la energía.

- **Bases de Datos:** Proporcionan información a solicitud de empresas colombianas o chilenas. Al identificar esta información de los contactos requeridos mejora la gestión comercial y de marketing de las empresas.
- **Estudios de Mercado:** Los empresarios podrán obtener una comprensión más profunda del comportamiento de sus clientes y mercados. Esto los ayudará a tomar decisiones más confiables sobre la conveniencia y la forma de internacionalización o negocio que la empresa debe seguir.
- **Misiones Empresariales:** Dirigen a sus afiliados a empresas en Chile o Colombia para que puedan comprender directamente las tendencias de mercado de interés e identificar, explorar y desarrollar posibles oportunidades de negocio. Los servicios incluyen la realización de investigaciones con empresas interesadas, la planificación y coordinación de agendas de reuniones, y el acompañamiento de nuestros representantes (presenciales o virtuales), quienes serán responsables de la coordinación y el desarrollo óptimo del evento.
- **Plan de Apoyo Exportador a Colombia o Chile:** Les ofrecen a las empresas interesadas en exportar a Colombia, cifras de cómo está posicionado el producto, requisitos técnicos para acceso al país, perfil de los consumidores, empresas importantes en el mismo sector, ferias y eventos en los que pueden participar, lista de contactos potenciales y costo del producto final.

- Producción y Organización de Eventos: Realizan a cabo las actividades solicitadas bajo el liderazgo de personal bien capacitado para organizar y planificar varias escalas de temas comerciales, de inversión, legales o de interés social ya sea para empleados o clientes privados, con sellos únicos, que pueden permitir seminarios, conferencias, presentaciones corporativas, posicionamiento de marca, desayunos, almuerzos de negocios, cócteles, ceremonias de apertura o capacitaciones para lograr los objetivos y metas planteadas. (COLOMBOCHILENA , 2020)

4. Funciones y Actividades desarrolladas durante la pasantía

4.1 Cargo

Profesional Comercial en la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena.

4.2 Funciones

- Apoyar al sector empresarial para coordinar las agendas comerciales de Chile y Colombia.
- Llevar a cabo investigaciones comerciales y / o económicas para definir servicios de bases de datos o agendas comerciales, especificaciones técnicas no arancelarias requeridas y, en general, información requerida para fines comerciales y comerciales.

- Brindar apoyo al sector empresarial en la coordinación y organización de delegaciones empresariales.
- Dar apoyo en la gestión y alimentación de información de contactos y empresas de la plataforma Orus Data.
- Entregar informes de las actividades y estudios gestionados durante la Pasantía.
- Apoyo en la logística de diferentes eventos donde la cámara lo considere pertinente.

4.3 Gestión realizada con las diferentes empresas

En la gestión que se realizó con cada empresa afiliada a la cámara, destacaban la búsqueda de contactos para bases de datos de contactos potenciales y Gestión comercial con empresas del sector más llamativo para la empresa afiliada. De acuerdo con el plan que tuviera la empresa afiliada (Plan A, B o C) el número de reuniones y/o bases de datos a entregar durante el semestre sería diferente. Cada empresa tiene una ficha de gestión donde aparece la información básica y el contacto directo con ellos, así como el tipo de plan que manejan junto con la gestión realizada.

Cuando se logra gestionar una reunión ya sea presencial o por teleconferencia para una de las empresas afiliadas, se envía una ficha técnica comercial tanto a la empresa afiliada como a la empresa contactada, la cual contiene de forma resumida la actividad a la que se dedica la empresa junto con información básica como NIT, dirección y teléfono, el contacto de la persona que va a asistir, dirección y hora de la reunión. (Ver anexo 1)

4.3.1 Empresas a cargo

A continuación, en la tabla 1 se aprecian las empresas a cargo para el estudio de la pasantía.

Tabla 1. Empresas a cargo.

LOGO	NOMBRE DE LA EMPRESA	GESTIÓN REALIZADA
	<p>9 ALLIANCE</p>	<p>La gestión con esta empresa era mínima debido a que solo solicitaban reunión con algún contacto rara vez. Sin embargo, hubo una reunión con ellos para hablar de la gestión realizada en el semestre pasado y lo que buscaban para este nuevo semestre.</p>
	<p>EFIZITY</p>	<p>Con ellos la gestión era dinámica solo pedían reuniones con empresas que ellos consideraban objetivo para sus actividades. Se lograron concretar 11 reuniones en el semestre y se tuvo la oportunidad de asistir con ellos a una reunión programada con el Gerente de Arquitectura de Miniso.</p>
	<p>PROESTECH</p>	<p>Con ellos solo se manejaba el modelo de Agendamiento de Reuniones. Gestión que fue un poco complicada debido a que ellos buscan empresas en el sector minero energético y debido a la crisis mundial presentada, muchas de estas</p>

		empresas cerraron sus puertas temporalmente a nuevos negocios de gran magnitud. Por esto la gestión paso al sector de alimentos.
	SEMINARIUM	La gestión con ellos se basó en Bases de Datos multisectorial; como la actividad de ellos son las capacitaciones, seminarios, foros y demás actividades de esta índole, la búsqueda de reuniones estuvo quieta del todo.
	SIGNATURE	Empresa compartida con Laura Rincón compañera de pasantía Pedían bases de datos mensuales de 33 contactos, contactos que tenían que ser según el cronograma de obligatoriedad de la DIAN para Facturación electrónica. También se gestionaban reuniones con empresas cuyas fechas para facturación electrónica estuvieran cerca.
	TECNOFAST	Gestión realizada en un principio con Bases de Datos de los prospectos que ellos dijieran. Al comenzar toda la pandemia, solicitaron ayuda en contactar con el ministerio de salud de salud debido a los servicios que ellos ofrecen. Gestión que se

		vino realizando el resto del semestre.
<i>TUTEN</LABS></i>	TUTEN LABS	Empresa recibida a mitad de pasantía debido a que el practicante que se encontraba a cargo se retiró. La empresa venía muy atrasada en gestión y se acordó enviar Bases de Datos Semanales de 10 contactos con los prospectos que ellos enviaban.

4.3.2 Descripción de las empresas

Planes de Trabajo Semestral

 Plan A	 Plan B	 Plan C
<ul style="list-style-type: none"> ✔ 12 reuniones en el semestre. ✔ Base de Datos de 30 contactos, (nombre, cargo, e-mail, teléfono, dirección y página web). ✔ Plan Comercial Exportador para productos o servicios. ✔ Entrada gratuita a un evento en el semestre en Colombia. (Válido únicamente para eventos propios de la Cámara; máximo para una persona por empresa; hasta llenar límite de persona por evento 3. <u>La información de los eventos se dará a conocer por el Boletín</u>). ✔ Publicación mensual en el boletín, hasta el límite de contenido, 8 noticias. 	<ul style="list-style-type: none"> ✔ 8 reuniones en el semestre. ✔ Base de Datos de 60 contactos, (nombre, cargo, e-mail, teléfono, dirección y página web). ✔ Plan Comercial Exportador para productos o servicios. ✔ Entrada gratuita a un evento en el semestre en Colombia. (Válido únicamente para eventos propios de la Cámara; máximo para una persona por empresa; hasta llenar límite de persona por evento 3. <u>La información de los eventos se dará a conocer por el Boletín</u>). ✔ Publicación mensual en el boletín, hasta el límite de contenido, 8 noticias. 	<ul style="list-style-type: none"> ✔ Base de Datos de 120 contactos, (nombre, cargo, e-mail, teléfono, dirección y página web). ✔ Plan Comercial Exportador para productos o servicios. ✔ Entrada gratuita a un evento en el semestre en Colombia. (Válido únicamente para eventos propios de la Cámara; máximo para una persona por empresa; hasta llenar límite de persona por evento 3. <u>La información de los eventos se dará a conocer por el Boletín</u>). ✔ Publicación mensual en el boletín, hasta el límite de contenido, 8 noticias.

Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena – 2020
www.colombochilena.com

Ilustración 3. Planes de Trabajo

4.3.2.1 9ALLIANCE

“9 Alliance” es una firma con experiencia profesional de más de 18 años en las diferentes áreas de práctica, proporcionan profesionalmente servicios integrales de consultoría empresarial, expertos en derecho corporativo, gestión encomendada y negocios internacionales, con un enfoque en derecho de aduanas y transacciones. A su vez, crea soluciones que faciliten la gestión empresarial de sus clientes, mejoren su dinámica comercial

mediante el cubrimiento de sus necesidades legales y operativas, y contribuyan a su negocio generando valor.

Esta empresa maneja un plan A pero se acuerda que a cambio de reuniones se realice un envío de base de datos semanal con 20 empresas pertenecientes a la base de datos enviadas por ellos con 1144 Empresas Importadoras Colombianas. Dichas bases de datos tendrían información del nombre, cargo y correo electrónico de las personas a cargo del área de compras o comercio exterior, área financiera o contable y del Gerente General de la compañía.

Al hablar con la Gerente de Comercio, Eliana Forero, da la indicación de detener la gestión de Bases de Datos y a cambio ella revisaría las ya enviadas anteriormente para filtrarlas y comenzar gestión de reuniones con esos contactos. Esta indicación nunca se llevó a cabo por parte de ella a pesar de hacerle seguimiento recordándole las actividades pendientes. La única gestión que se realizó después de esto fue la búsqueda de un acercamiento comercial con Marcela Aravena, directora de Pro Chile.

A continuación, se relaciona la descripción de la empresa en la ficha comercial de la empresa 9 Alliance (Tabla 2)

Tabla 2. Ficha Comercial 9 Alliance

Fuente: Autor, 2020

9 ALLIANCE		Descripción Empresa		
		<p>La compañía tiene más de 18 años de experiencia profesional en diferentes áreas de negocios, y se especializa en proporcionar servicios integrales de consultoría de negocios, expertos en derecho de empresas, administración confiada y negocios internacionales, con un enfoque en el derecho de aduanas y transacciones. A su vez, las soluciones que crea pueden facilitar la gestión empresarial de sus clientes, mejorar su dinámica empresarial al satisfacer sus necesidades legales y operativas, y contribuir a su negocio creando valor.</p>		
Contactos	Cargo	Correo Electrónico	Número de Contacto	Persona a Cargo CCICC
Maritza	Asesora de Comercio Exterior	comercio.exterior@9alliance.co	320 823 2946	Nancy Beltrán
Marcela García	Socia de Cambios y Aduanas	marcela.garcia@9alliance.co	305 700 2464	
Eliana Forero	Gerente de Comercio Exterior y Logística	eliana.forero@9alliance.co	310 222 8998	

4.3.2.2 EFIZITY

Efizity es una empresa chilena líder consultora en servicios de gestión de energía, la cual busca aumentar la competitividad de sus clientes, disminuyendo costos e impulsando

oportunidades en el uso de la energía con servicios que abarcan desde la etapa de diseño de proyectos hasta la operación y mantención de edificios e industrias. Específicamente para el sector hotelero los servicios de negociación de los contratos de suministro eléctrico y evaluación de Eficiencia Energética.

La gestión realizada con esta empresa, al tener un plan con la cámara tipo B, se basó en búsqueda de acercamientos comerciales con las empresas que ellos consideraban objetivo, como constructoras, empresas multipunto, inmobiliarias y universidades; como ejemplo, se logró concretar reuniones con Fénix construcciones, Actual Inmobiliaria, Miniso y Pontificia Universidad Javeriana. Las personas encargadas de Efizity en Colombia y con quienes se manejaba todo acercamiento y solicitud son Germán Acebedo, Ingeniero de Proyectos y Katherine Romero, Jefe de Proyectos. En mayo del presente, por orden directa de la casa matriz en Chile, Efizity se desvincula de la Cámara Colombo Chilena deteniendo así la gestión y los seguimientos que se venían realizando.

A continuación, se relaciona la descripción de la empresa en la ficha comercial de la empresa Efizity (Tabla 3).

Tabla 3 Ficha Comercial Efizity

		<p>EFIZITY, empresa chilena líder consultora en servicios de gestión de energía, la cual busca aumentar la competitividad de sus clientes, disminuyendo costos e impulsando oportunidades en el uso de la energía con servicios que abarcan desde la etapa de diseño de proyectos hasta la operación y mantención de edificios e industrias. Específicamente para el sector hotelero los servicios de negociación de los contratos de suministro eléctrico y evaluación de Eficiencia Energética.</p>		
Contactos	Cargo	Correo Electrónico	Número de Contacto	Persona a Cargo CCICC
Germán David Acobedo	Ingeniero de Proyectos	gacobedo@efizitying.com	57-3155094911	Nancy Beltrán
Katherinne Romero	Jefe de Proyectos	kromero@efizitying.com	57-3115360477	
Medio Principal de Comunicación	Correo electrónico, celular.			
Cargo requerido	Gerente General - Gerente Financiero			

Tipo de Plan	B		Periodo de Afiliación	Agosto 2019 - Enero 2020	
Resumen Gestión	Reuniones	8	Resumen Gestión	Bases de datos	1

Plan de Trabajo	Reuniones Pendientes	Bases de datos pendientes	Observación
	0	0	

Fuente: Autor, 2020

4.3.2.3 PROESTECH COLOMBIA S.A.S

Proestech es una empresa chilena especializada en ingeniería y tecnología para la estabilización de suelos, enfocada en generar estructuras de pavimento eficientes, soluciones integrales para la ejecución de proyectos de mejoramiento y rehabilitación o construcción de la infraestructura vial. Actualmente cuenta con más de 25 años de experiencia optimizando el uso de recursos y cuidando la sustentabilidad ambiental de los procesos, con operaciones en empresas como Frontera Energy, Concreto, Alpina, Fazenda, Biomax, Ocesa, entre otras.

El contacto directo con esta empresa y a quienes se debía hacer la gestión de las reuniones eran Andrea Benítez, Gerente Desarrollo de Negocios y María Constanza Castillo, Gerente Administrativa. La gestión en un principio estuvo enfocada en el sector minero energético, sin embargo debido a la crisis por la pandemia fue necesario cambiar el enfoque al sector alimenticio donde Andrea Benítez filtraría las bases de datos para poder contactar con las empresas llamativas para ellos.

Al manejar un tipo de Plan A tenían derecho a Bases de Datos y Agendamiento de reuniones junto con otros beneficios, sin embargo a pesar de esto no hubo muchas indicaciones para realizar la gestión.

A continuación, se relaciona la descripción de la empresa en la ficha comercial de la empresa Proestech (Tabla 4)

Tabla 4 Ficha Técnica Proestech

		Descripción Empresa <p>Es una empresa chilena especializada en ingeniería y tecnología para la estabilización de suelos, enfocada en generar estructuras de pavimento eficientes, soluciones integrales para la ejecución de proyectos de mejoramiento y rehabilitación o construcción de la infraestructura vial. Actualmente cuenta con más de 25 años de experiencia optimizando el uso de recursos y cuidando la sustentabilidad ambiental de los procesos, con operaciones en empresas como Frontera Energy, Concreto, Alpina, Fazenda, Biomax, Ocesa, entre otras.</p>		
		Contactos	Cargo	Correo Electrónico
Andrea Benítez	Gerente Desarrollo de Negocios	abenitez@proestech.com.co	+57 3118470184	Adriana Navas
Medio Principal de Comunicación	Vía Skype, correo electrónico.			
Observaciones	<p>Para la agenda de reuniones se debe contactar al Gerente de proyectos, Gerente de Infraestructura.</p> <p>Para la gestión 2020, Andrea se reunió con nosotros en la Oficina y llegamos al acuerdo de que ella filtraría la base de datos que manejan para contactar empresas llamativas para ellos. También se habló de la posibilidad de comenzar a gestionar para ellos bases de datos con los sectores que más les interesen.</p>			

Tipo de Plan	Plan A		Periodo de Afiliación	
Plan de Trabajo	Reuniones	12-14	Cronograma	
	Bases de datos	100		

Fuente: Autor, 2020

4.3.2.4 SEMINARIUM

Seminarium es la compañía número uno en América Latina en actualizaciones y mejoras administrativas. El objetivo es ayudar a las personas y las empresas a desarrollar todo su potencial a través del conocimiento, las mejores prácticas y la experiencia, y desarrollar planes innovadores para las nuevas necesidades de las empresas latinoamericanas. Con este fin, Seminarium cuenta con los oradores, expertos, líderes, influenciadores y visionarios más importantes del mundo, y tiene alianzas con las mejores escuelas de negocios del mundo.

El contacto directo con esta empresa en un principio era Diana Abadía, Profesional en Mercadeo, con ella se pactaron dos entregas para las bases de datos cada una de 50 contactos los cuales tenían que ser Gerente y/o Director de Mercadeo o Alianzas, cada base de datos tomaba un tiempo entre 15 y 20 días debido a la cantidad de contactos y la dificultad de conseguir la información en cada empresa. Para la búsqueda de reuniones tenía que ser con empresas grandes y el cargo, en lo posible, debía ser con el Gerente General o Gerente de Recursos Humanos sin embargo debido a la problemática con la pandemia, estos acercamientos fueron casi nulos. A partir del mes de abril el contacto pasó a ser Johanna Vacca, Country Manager debido a la desvinculación de Diana Abadía de Seminarium.

En la tabla 5 se observa la ficha técnica comercial de Seminarium.

Tabla 5 Ficha Técnica Seminarium

		Descripción de la empresa <u>Seminarium</u> es la empresa No. 1 en actualización y perfeccionamiento ejecutivo en América Latina. El objetivo de ayudar a las personas y empresas a alcanzar su máximo potencial a través del conocimiento, de mejores prácticas y experiencias, desarrollando programas innovadores para las nuevas necesidades de las empresas latinoamericanas. Para ello, <u>Seminarium</u> cuenta con los mejores <u>speakers</u> , una red de expertos, líderes, influyentes y visionarios de relevancia internacional y con la alianza con las mejores escuelas de negocio del mundo.		
		Contactos	Cargo	Correo Electrónico
Johanna Vacca	Gerente Comercial	alexandra.falquez@seminarium.com.co	(57) 3153134466	Adriana Navas
Diana Abadía	Profesional de Mercadeo	diana.abadia@seminarium.com.co	(57) 3185295313	
Diana Erazo	Directora In Campus	diana.erazo@seminarium.com.co	(57) 3183878339	
Nury Vásquez	Ejecutiva Comercial	nury.vasquez@seminarium.com.co	(57) 3233283859	
Medio Principal de Comunicación	La comunicación se da Vía Correo electrónico o vía WhatsApp			
Cargo requerido	Altos Cargos, Gerente General, Gerente de Recursos Humanos			
Observaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Le interesan reuniones con altos gerentes • En caso de conseguir reuniones en otras ciudades se realizan videoconferencias. 			

Fuente: Autor, 2020

Tipo de Plan	Plan B (nuevo)		Periodo de Afiliación	Agosto - Enero
Plan de Trabajo	<i>Reuniones</i>	10 - 12	<i>Cronograma</i>	2 mensuales
	<i>Bases de datos</i>	100		4 mensuales

4.3.2.5 SIGNATURE SOUTH CONSULTING

Signature South Consulting, es una empresa líder en la provisión de solución de intercambio de documentos electrónicos basada en firma digital, incluidas facturas electrónicas. De igual forma, cuentan con la red empresarial Gosocket, la cual permite a las compañías relacionarse fácilmente a partir de los DTEs (documentos tributarios electrónicos). Manejan un Plan tipo B el cual les da más cantidad de bases de datos que reuniones.

Al tener la responsabilidad de esta empresa compartida con una compañera se tomó la decisión de que cada uno manejaría una parte, ella en su mayoría se dedicaba a la gestión de reuniones con las empresas, esta gestión se hacía para Ana Valencia y Alexander González en Bogotá y en Medellín para Oderis Álvarez. Por otra parte el manejo de las bases de datos mensuales de 33 contactos cada una se hacía según el cronograma de obligatoriedad de la DIAN para Facturación Electrónica. Muchas de estas empresas eran complicadas de contactar debido a la pandemia ya que al ser pequeñas y medianas empresas, no había respuesta por parte de ellas al intentar comunicarse. Esta entrega se hacía a Ana Valencia y Nicolás Sarmiento, Director Comercial.

		Descripción Empresa		
		<p>Signature South Consulting, es una empresa líder en la provisión de soluciones de intercambio electrónico de documentos, basada en firma digital, entre estas, la facturación electrónica. De igual forma, cuentan con la red empresarial Gosocket, la cual permite a las compañías relacionarse fácilmente a partir de los DTEs (documentos tributarios electrónicos).</p>		
Contactos	Cargo	Correo Electrónico	Número de Contacto	Persona a Cargo CCICC
Nicolás Jaime Sarmiento	Director Comercial	nicolas.jaime@gosocket.net	(57) 3212012878	Nancy Beltrán
Medio Principal de Comunicación	Vía telefónica, WhatsApp			
Cargo requerido	Gerente Financiero, Persona encarga de Facturación Electrónica, Gerente de Tecnología			
Observaciones	N/A			

Tipo de Plan	Plan B Antiguo		Periodo de Afiliación	Febrero - Julio Agosto - Enero
Plan de Trabajo	<i>Reuniones</i>	10 - 12	Cronograma	
	<i>Bases de datos</i>	6 bases de 33 Contactos en el semestre		

Plan de Trabajo	Reuniones Pendientes	Bases de datos pendientes	Observaciones
	4 / Febrero - Julio 10 / Agosto - Enero	0	N/A

Fuente: Autor, 2020

4.3.2.6 TECNOFAST

TECNO FAST, Es una de las empresas líderes mundiales dedicada al alquiler, venta y fabricación de espacios de alta tecnología y espacios de diseño, y sus soluciones espaciales pueden mejorar la vida de las personas a través de la innovación y el diseño.

La gestión con esta empresa inicia del todo cuando inicia la pandemia, debido a que las construcciones modulares que ellos ofrecen podían ser beneficiosas al momento de contener o aislar el virus, por esto la gestión realizada en su mayoría fue contactando a con la secretaría de salud o entes encargados de todo este tema. La gestión se realizaba para Jenny Quinche, Directora Comercial. Manejan un tipo de Plan A, con el cual tienen más prioridad en reuniones que bases de datos.

		Descripción Empresa		
		<p>TECNO FAST, Es una de las compañías líderes en el mundo dedicada al arrendamiento, venta y fabricación de espacios de alta tecnología y espacios de diseño, y sus soluciones espaciales pueden mejorar la vida de las personas a través de la innovación y el diseño. Creemos en el valor del tiempo, el respeto por el medio ambiente y la importancia de la eficiencia y la calidad.</p>		
Contactos	Cargo	Correo Electrónico	Número de Contacto	Persona a Cargo CCICC
Jenny Quinche	Directora Comercial	jquinche@tecnofast.com.co	(57) 3112388882	Adriana Navas
Medio Principal de Comunicación	Correo electrónico, celular, WhatsApp			
Cargo requerido				
Observaciones	Agendar espacio en la sala de reuniones.			

Tipo de Plan	A		Periodo de Afiliación		
Resumen Gestión	Reuniones	12	Resumen Gestión	Bases de datos	
	Misiones	0		PCE	n/a

Plan de Trabajo	Reuniones Pendientes	Bases de datos pendientes	Observación
	7	0	

Tabla 7. Ficha Comercial Tecno Fast

Fuente: Autor, 2020

4.3.2.7 TUTEN LABS

Es una empresa chilena que apoya a las compañías a asumir el reto de digitalizar la experiencia de servicio y sus operaciones con los clientes, incrementando su productividad y niveles de servicio. Además, provee plataformas tecnológicas que optimizan las actividades diarias y dan transparencia a todos los stakeholders del negocio, por medio de distintos módulos entre ellos: Gestión de experiencia cliente, coordinación operativa, business intelligence y administración de datos maestros.

Esta empresa se empezó a manejar en el mes de abril debido a que el compañero que la manejaba se retiró de la cámara. Con ellos se maneja la modalidad tanto de reuniones pero directamente en la casa matriz que es Chile, como bases de datos semanales 10 contactos los cuales salen de una base de datos de prospectos hecha anteriormente por Hugo Poveda, Lead Generator Specialist quien es nuestro contacto directo con esta empresa.

TUTEN</LABS>		Descripción Empresa Es una empresa chilena que apoya a las compañías a asumir el reto de digitalizar la experiencia de servicio y sus operaciones con los clientes, incrementando su productividad y niveles de servicio. Además, provee plataformas tecnológicas que optimizan las actividades diarias y dan transparencia a todos los stakeholders del negocio, por medio de distintos módulos entre ellos: Gestión de experiencia cliente, coordinación operativa, business intelligence y administración de datos maestros.			
		Contactos	Cargo	Correo Electrónico	Número de Contacto
Hugo Poveda		Lead Generator Specialist	angela.padilla@tuten.cl	(57) 320 8154828	Adriana Navas
Medio Principal de Comunicación		Llamada o vía Whatsapp.			
Observaciones		<ul style="list-style-type: none"> - Se acordó el envío de base de datos semanalmente de 15 contactos con una lista de empresas que suministro, que contengan el nombre de la empresa, Nit (sin el último número) nombre del contacto, cargo operaciones, tecnología o nuevos proyectos, correo electrónico, pagina web y número telefónico. - Solicitarle que sector le interesa para gestionar reuniones. 			

Tabla 8. Ficha Comercial Tuten Labs

Tipo de Plan	Plan A		Periodo de Afiliación	Septiembre - Febrero 2020
Plan de Trabajo	Reuniones	12	Cronograma	N/A
	Bases de datos	100		N/A
Plan de Trabajo	Reuniones Pendientes	Bases de datos pendientes	Observación	
	7	0		

Fuente: Autor, 2020

5. Sistema de Información Orus Data

Orus Data es una plataforma creada para la facilitación de distintos contactos en distintos sectores de la economía. Esta plataforma al estar aún en versión beta, aún no está habilitada para todos los afiliados a la cámara, sin embargo hay unos clientes beta testers que se encargan de probar la plataforma, hacer reportes de los errores en la información de los contactos y hacer solicitudes de contactos que no se encuentren en la plataforma.

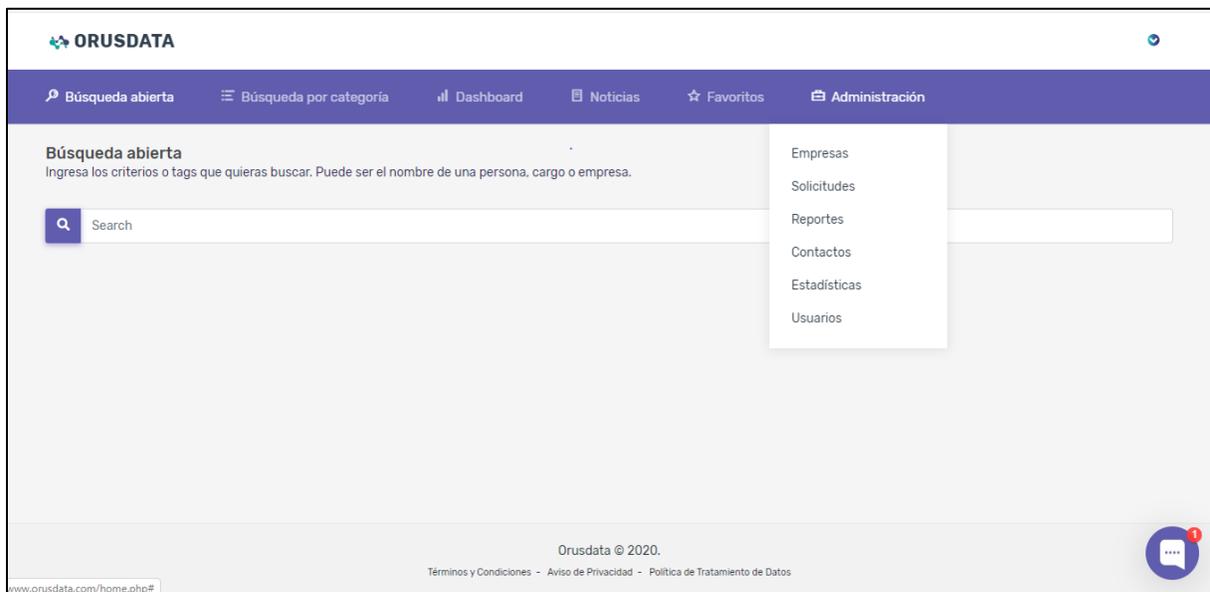
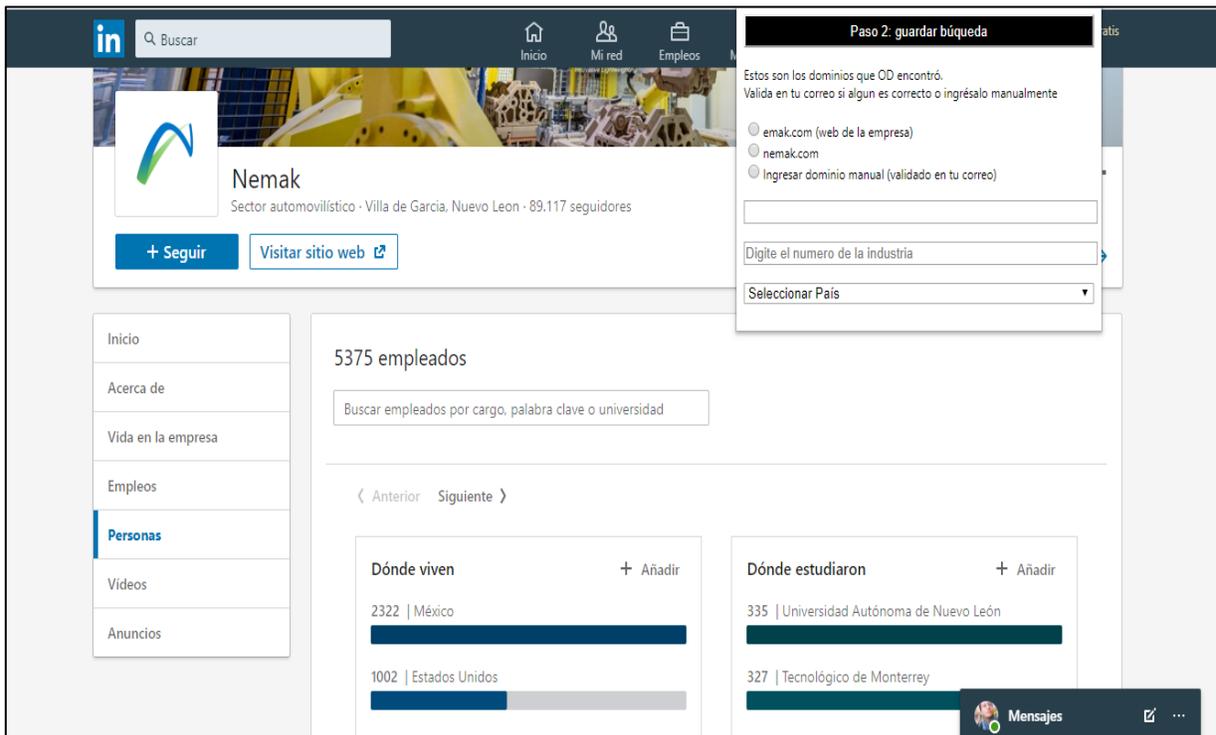


Ilustración 4 Plataforma Orus Data (Orus Data , 2020)

5.1 Funcionamiento de la Plataforma y Funciones Realizadas

Orus Data funciona principalmente mediante un integrador de redes profesionales llamado LinkedIn, mediante esta red se pueden buscar los contactos deseados para cada empresa del sector que se solicite y gracias a una extensión de google Chrome creada específicamente para esta plataforma, se pueden agregar automáticamente los contactos



deseados a junto con el dominio del correo electrónico, sector al cual pertenece la empresa y el país. Llegado el caso que no se pueda encontrar el contacto o la empresa en LinkedIn, este proceso se puede realizar de forma manual pero para esto se debe contar con la información precisa de dichos contactos y de la empresa solicitada.

Ilustración 5 Uso de LinkedIn con la extensión de Orus Data (Linkedin, 2020)

Las funciones realizadas en esta plataforma son la búsqueda de contactos para las solicitudes y los reportes que llegan por parte las empresas beta testers y los mismos funcionarios de la Cámara Colombo Chilena. Cada semana se manejan los turnos rotativos en donde la mitad de los practicantes se encargan de estas labores y cada uno tiene un usuario y contraseña para poder ingresar a toda la información de la plataforma y poder ver las solicitudes realizadas.

6. Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones

Haber realizado la pasantía en la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena ayuda al estudiante a tener más claridad de cómo es el ámbito laboral, de cómo puede llegar a ser el manejo comercial de una empresa y pensar fuera de un contexto para lograr encontrar las mejores estrategias a diferentes problemas o requerimientos. También es posible desarrollar y utilizar los conocimientos adquiridos durante todos los semestres de la carrera, así como las habilidades y aptitudes personales para cumplir satisfactoriamente con los objetivos y actividades planteadas.

Se logra conocer también un poco más sobre la cultura chilena debido al contacto que se tiene con las empresas de esta nacionalidad, conocimiento que llega a ser clave al momento de realizar las gestiones comerciales debido a la diferencia cultural que hay en cada país, desde lo más sencillo que puede ser el cómo referirse de manera formal a una persona, los horarios para temas laborales y hasta los protocolos al momento de participar en un acercamiento comercial.

Durante todo el proceso de la pasantía, se aprende a ser más proactivo en labores y tareas, a ser más organizado y cuidadoso con la información que puede llegar a manejar y hacer contactos que pueden llegar a ser muy provechosos en un futuro próximo. Por esto se puede enfatizar que el proceso de pasantía fue beneficioso para todas las partes involucradas, como lo son la Universidad debido a que queda la huella de los profesionales que están capacitando cada día, al estudiante que ahora pasa a ser mano de obra calificada y de calidad, y a la Organización ya que los aportes y servicios del pasante son puntos clave para el cumplimiento de los requerimientos por parte de sus empresas afiliadas y da la oportunidad a los pasantes de formarse y adquirir experiencia beneficiosa para su vida personal y laboral.

6.2 Recomendaciones

Algunas recomendaciones para los futuros practicantes en esta organización, es que aprovechen los contactos y oportunidades beneficiosas que pueden surgir de trabajar en la gestión comercial de estas empresas que son sobresalientes en sus sectores económicos, oportunidades que pueden resultar con la vinculación profesional en una de estas empresas o incluso en la vinculación directa con la Cámara Colombo Chilena.

Para la Cámara Colombo Chilena, algunas de las recomendaciones es que sigan dando la oportunidad a futuros estudiantes de cursar sus pasantías en su organización ya que es una buena oportunidad de preparación para el mundo laboral que viene después de la universidad. Así mismo que siempre escuchen las opiniones y aportes que puedan hacer los pasantes, ya que buenas ideas benéficas para la organización o empresas aliadas pueden venir de mentes jóvenes e innovadoras.

En cuestiones de la plataforma Orus Data una recomendación es seguir actualizando cada vez más esta plataforma con nuevas herramientas y procesos que hagan la búsqueda de contactos más proactiva y que la información obtenida sea más veraz, con el fin de no consumir todo el tiempo del pasante y funcionarios y así de esta manera puedan enfocarse con más tiempo a sus labores comerciales asignadas.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Banco de la República . (2017). *Banco de la República* . Obtenido de https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Apertura_econ%C3%B3mica
- Codigo de comercio de colombia* . (s.f.). Obtenido de http://www.ccbuga.org.co/sites/default/files/decreto_ley_410_de_1971.pdf
- colombia* . (s.f.). Obtenido de <https://www.colombia.com/colombia-info/informacion-general/geografia/>
- colombochilena* . (2020). Obtenido de <https://colombochilena.com/>
- concepto.de* . (s.f.). Obtenido de <https://concepto.de/base-de-datos/>
- Definición*. (s.f.). Obtenido de <https://definicion.de/proyecto-de-inversion/>
- Dircomconfidencial* . (09 de Noviembre de 2016). *Dircomconfidencial*. Obtenido de <https://dircomconfidencial.com/diccionario/5-fuerzas-porter-20161109-1320/>
- Economipedia* . (s.f.). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/balanza-comercial.html>
- EMPRESARIAL, R. Ú. (s.f.). *RUES* . Obtenido de <https://www.rues.org.co/Expediente>
- Galán, J. S. (s.f.). *economipedia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>
- Gestiopolis* . (s.f.). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-un-acuerdo-comercial/#definicion>

global negotiator. (s.f.). Obtenido de <https://www.globalnegotiator.com/comercio-internacional/diccionario/alianza-estrategica/>

leyes-cl. (23 de abril de 2020). Obtenido de https://leyes-cl.com/codigo_de_comercio/424.htm

Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: techniques for analyzing industries and competitors*. New York, United States: THE FREE PRESS.

procolombia . (s.f.). Obtenido de <https://procolombia.co/node/1141>

RUES. (Abril de 2017). *Registro Unico Empresarial y Social Cámaras de Comercio*.

Recuperado el 23 de Abril de 2017, de

http://www.rues.org.co/RUES_Web/consultas/DetalleRM?codigo_camara=35&matricula=0000051692

SMITH, A. (1776). *Riqueza de las naciones*.

Westreicher, G. (s.f.). *economipedia* . Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/empresa-multinacional.html>

zip visual . (s.f.). Obtenido de <http://www.zipvisual.com/blog/el-brochure-empresarial-y-sus-beneficios-para-mi-empresa/>

