

**Informe de Pasantía en la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena**

**Pasantía Cámara Colombo Chilena  
Apoyo en Acercamientos Comerciales**

**Magaly Lorena Cely Castro**

**Universidad Antonio Nariño**

**Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas**

**Comercio Internacional**

**Tunja**

**2020**

**Informe de Pasantía en la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena**

**Magaly Lorena Cely Castro**

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

**Director**

**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**

Principalmente a Dios por permitirme llegar hasta esta etapa de formación profesional, a mis padres por ser mi motor y mi ayuda incondicional en todos los momentos y decisiones de mi vida porque gracias a ellos que me han acompañado en mi proceso de aprendizaje me han enseñado, corregido y guiado siendo la base de todo lo bueno que he logrado en mi vida y a cada persona que vivió y compartió conmigo esta experiencia única, donde crecimos como personas en el lugar donde idealizamos el futuro y empezamos a construirlo, a todos mis docentes que aportaron a mi crecimiento intelectual y profesional durante el desarrollo de mi carrera.

## **Agradecimientos**

En primer lugar quiero dar gracias a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos difíciles y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencia y felicidad.

A mis padres quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir un sueño más, por ser mi motivación día a día por inculcarme y llenarme de buenos valores y porque me dieron la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida.

De igual manera agradezco a la Universidad Antonio Nariño por permitirme ser parte de esta prestigiosa institución y a los docentes que depositaron su confianza y apoyo en mí, a la vez agradezco a la Cámara de Industria y Comercio Colombo Chilena por haberme dado el privilegio de realizar mi pasantía en esta gran empresa y a todo su equipo de trabajo por su disposición, paciencia y acompañamiento en cada una de las labores desempeñadas que me permitieron poner en práctica los conocimientos adquiridos en el ámbito laboral y profesional.

**Contenido**

Resumen .....	11
Abstract.....	12
Introducción.....	13
1. Diseño de la Investigación.....	13
1.1 Problema.....	13
1.1.1 descripción del problema.....	13
1.1.2 formulación del problema.....	14
1.2 Justificación .....	14
1.3 Objetivos.....	15
1.3.2 Objetivo general .....	15
1.3.3 Objetivos específicos.....	15
2. Marco Referencial .....	16
2.1 Marco teórico.....	16
2.1.1 Teoría de La Ventaja Competitiva .....	16
2.1.2 Modelo de Innovación.....	17
2.1.3 Enfoque Estratégico.....	18
2.2 Marco conceptual .....	19
2.3 Marco legal.....	19
2.4 Marco geográfico.....	20
2.5 Marco institucional.....	21

3. Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena.....	22
3.1 Campo organizacional .....	22
4. Apoyo en los procesos desarrollados en la cámara colombo - chilena .....	27
4.1 Gestión de la base de datos entre empresas.....	32
4.2 Misiones comerciales entre empresarios colombianos y chilenos .....	44
4.3 Formulación de estrategias para el mejoramiento de la gestión realizada en las empresas afiliadas .....	47
5. Conclusiones y Recomendaciones.....	50
5.1 Conclusiones.....	50
5.2 Recomendaciones .....	51
6. Bibliografía.....	53
7. Anexos.....	54

**Lista de Tablas**

Tabla 1. Formato Base de Datos.....	34
Tabla 3. Ficha técnica empresa Par Servicios .....	36
Tabla 4. Ficha técnica empresa Aviatur. ....	37
Tabla 5. Ficha técnica empresa WM Wireless & Mobile.....	38
Tabla 4. Ficha técnica empresa Aviatur. ....	38
Tabla 6. Ficha técnica empresa Tecnofast.....	39
Tabla 7. Ficha técnica empresa Díaz Reus. ....	40
Tabla 8. Ficha técnica empresa Cafam.....	41
Tabla 9. Ficha técnica empresa Efizity.....	42
Tabla 10. Ficha técnica empresa Adecco. Elaboración propia.....	43
Tabla 11. Formato de solicitud de Misiones empresariales. ....	45
Tabla 12. Estrategias Propuestas .....	49



**Lista de Ilustraciones**

Ilustración 1. Ubicación geográfica. (Cundinamarca, 2020)..... 21

Ilustración 2. Estructura organizacional. Elaboración propia. .... 24

Ilustración 3. José Palma, Presidente ejecutivo Cámara Colombo Chilena ..... 25

Ilustración 4. Carolina Orjuela, Subdirectora ejecutiva en Chile Cámara Colombo Chilena. . 25

Ilustración 5. Johanna Cruz, Directora comercial Cámara Colombo Chilena..... 25

Ilustración 6. Nancy Beltrán, Coordinadora comercial Cámara Colombo Chilena. .... 25

Ilustración 7. Vanessa Vargas, Directora de inversión Cámara Colombo Chilena..... 26

Ilustración 8. Daniela Cárdenas, Directora de comunicaciones y mercadeo Cámara Colombo Chilena..... 26

Ilustración 9. Diagrama de procesos asignados. Elaboración propia. .... 29

Ilustración 11. Producto A..... 46

Ilustración 12. Producto B..... 46

**Lista de Anexos**

Anexo 1. Área sala de espera Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena. .... 54

Anexo 2. Área de comunicaciones Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena. .... 55

Anexo 3. Área comercial Chile Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena. .... 56

Anexo 4. Área comercial Colombia Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena. .... 57

Anexo 5. Pasantes área comercial Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena. .... 58

Anexo 6. Evento empresarial organizado por la Cámara de Comercio e Industria Colombo  
Chilena..... 59

## Resumen

En la actualidad, como requisito de grado para optar el título Profesional en Comercio Internacional en la Universidad Antonio Nariño se cuenta con la modalidad de Práctica Empresarial lo que permite a sus estudiantes tener un ámbito diferente al académico en el que solo se puede aprender mediante la experiencia, una experiencia que pone en práctica lo estudiado teóricamente y sus resultados se denotan en el campo laboral.

Con lo anterior, la práctica empresarial se llevó a cabo en la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena lo cual en este documento se evidencia las funciones realizadas en el área comercial Colombia, convirtiéndonos en agentes debido al apoyo en las gestiones realizadas con el fin de lograr acercamientos comerciales o alianzas entre las empresas afiliadas.

Mediante recolección de bases de datos, estudios de mercado, y redacción de informes se efectuaron llamadas y se establecieron contactos con prospección a nuevos mercados de tal forma se realizó acompañamiento en las misiones empresariales debido a que muchas empresas desconocen los servicios y los beneficios que presta esta entidad en el desarrollo y crecimiento de su organización.

Palabras clave: Alianzas, acercamientos comerciales, exportación, importación, estudio de mercado.

### **Abstract**

Currently, as a degree requirement to opt for the Professional Degree in International Trade at the Antonio Nariño University, the Business Practice modality is available, which allows its students to have a different field than the academic one in which you can only learn through experience, an experience that puts into practice what has been theoretically studied and its results are denoted in the labor field.

With the above, the business practice was carried out in the Chilean Colombian Chamber of Commerce and Industry, which in this document evidences the functions performed in the Colombian commercial area, becoming agents due to the support in the efforts made in order to achieve approaches commercial or alliances between affiliated companies.

Trough data collection, market studies, and writing reports, calls were made and prospecting contacts were made to new markets, thus accompanying business missions because many companies are unaware of the services and benefits provided by this entity in the development and growth of your organization.

**Keywords:** Alliances, commercial approaches, export, import, market study.

## **Introducción**

En este Informe se encuentran los aspectos generales de la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena, se nombran las actividades realizadas durante estos 6 meses de práctica y se da una explicación de las actividades en que se apoyó y las funciones otorgadas para cada afiliado implementando alianzas con empresas Colombianas y Chilenas que faciliten el contacto con sectores específicos, todo esto con el fin de lograr acercamientos comerciales que generen valor y reconocimientos para la Cámara.

El documento describe todas y cada una de las funciones desarrolladas en el cargo asignado por la Cámara e Industria Colombo Chilena durante el desempeño como practicante, así mismo describe las actividades en cada una de las funciones realizadas para el cumplimiento de las actividades designadas por cada empresa.

## **1. Diseño de la Investigación**

### **1.1 Problema**

#### **1.1.1 Descripción del problema**

En la economía de América Latina, Chile es el país que tiene el mayor PIB Per Cápita debido a que su economía es creciente y sostenible. A través de la disciplina del profesional en comercio internacional en las actividades y procesos de fortalecimiento comercial entre empresas binacionales es esencial para el estudiante obtener prácticas empresariales en

organizaciones que apoyan y fortalecen el desarrollo económico y social del país en las relaciones comerciales con países Latinoamericanos como lo es Chile.

### **1.1.2 Formulación del problema**

¿De qué manera las herramientas de comunicación e informáticas promueven los vínculos comerciales entre las empresas afiliadas a la cámara de comercio colombo chilena?

## **1.2 Justificación**

La Cámara Colombo Chilena, es una entidad gremial, en la que nos permite estar más cerca de las empresas y empresarios, para comercio internacional el enfoque social es muy importante, conocer, crear contactos es fundamental y obtener relaciones con personas nacionales y extranjeras genera un impacto positivo en el proceso formativo personal y profesional.

En su trayectoria la Cámara Colombo Chilena ha presentado un crecimiento importante debido a sus relaciones comerciales y servicios ofrecidos, generando gran impacto en el ámbito económico y oportunidades de expansión a las nuevas empresas en el mercado comercial de los dos países, esta entidad brinda la oportunidad de realizar prácticas

empresariales en donde la labor de los futuros profesionales en comercio internacional exige actividades que demanden compromiso; aplicando los conocimientos adquiridos en el desarrollo del programa académico de la universidad.

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.2 Objetivo general**

Realizar la práctica profesional en la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena en la ciudad de Bogotá.

#### **1.3.3 Objetivos específicos**

- Apoyar en los diferentes procesos que se llevan a cabo en la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena.
- Gestionar base de datos de empresas colombianas y chilenas que faciliten los vínculos comerciales para los afiliados a la cámara.

- Generar acercamientos comerciales entre empresarios colombianos y chilenos, a través de agendamiento de reuniones y misiones empresariales.
- Apoyar la formulación de estrategias y planes de trabajo para las empresas afiliadas de la Cámara Colombo Chilena.

## **2. Marco Referencial**

### **2.1 Marco teórico**

#### **2.1.1 Teoría de La Ventaja Competitiva**

“Porter (Porter, 1990) indica que la capacidad de competir en los mercados internacionales depende no solo de los costes de los factores productivos sino de su eficiencia en relación con el coste.”

La intervención por parte del gobierno para incrementar la competitividad es un factor que determina el éxito en el país ya que cada gobierno selecciona que empresas y que sectores necesitan un apoyo. De este modo la teoría de competitividad aporta un análisis de factores



que sirven para tomar decisiones sobre el por qué, cómo y dónde internacionalizar las operaciones de una empresa.

Para la Cámara Colombo Chilena la existencia de empresas multinacionales provee competitividad internacional al país, por ejemplo cuando un empresario requiere información relevante de otra.

Las empresas, y las relaciones estrechas entre empresario y cliente pueden llevar a que el cliente adquiera información comercial sobre otros países. De esta manera se ve reflejado a que las relaciones entre empresarios pueden llevar a una mejora para beneficiar la competitividad internacional del país.

### **2.1.2 Modelo de Innovación**

Según Bilkey y Tesar (1977) (Cardozo, TEORIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN, 2004)“este modelo se destaca por las decisiones tomadas tanto en el proceso de internacionalización como en el de innovación condicionadas por las decisiones que se han tomado en el pasado y a su vez condiciones que se tengan que tomar en el futuro”.

El modelo indica que la relación entre internacionalización e innovación consiste en asimilar la decisión de una empresa de incrementar el compromiso internacional a la de realizar innovaciones en sentido amplio; siendo las decisiones de internacionalización e innovación determinaciones creativas y deliberadas, desarrolladas dentro de los límites

impuestos por el mercado y por las capacidades internas de la empresa, que son tomadas bajo condiciones de incertidumbre por lo que a los directivos responsables de adoptar esas decisiones se les asigna el papel central en la promoción del proceso.

En esta teoría destacamos las decisiones en que la empresa desde el área de comunicaciones incrementa los mercados digitales como aplicaciones proactivas en las estrategias de comercialización para que los portales de información sean herramientas colaborativas para el acceso a los socios comerciales.

### **2.1.3 Enfoque Estratégico**

Según Joint Ventures, (Cardozo, TEORIAS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN, 2004)“pueden ser una estrategia de entrada para las pymes con recursos y conocimientos limitados del mercado” (Kirby D. A., Kaiser S., 2003).

En las empresas donde los factores institucionales como propiedad e internacionalización, los factores organizacionales como tamaño y el factor estratégico de orientación al cliente, son significativamente importantes para el emprendimiento de la Cámara Colombo Chilena.

Al analizar la concepción del enfoque estratégico en la gestión empresarial, se evidencia que este constituye una de las claves para el éxito de los procesos ejecutados para cada empresa estableciendo los propósitos de la organización en términos de objetivos a largo plazo, acciones a corto plazo y recursos necesarios para implementarlos.

## 2.2 Marco conceptual

- **Alianza estratégica:** Son uniones formales entre dos o más organizaciones para alcanzar un conjunto de objetivos deseados por cada parte independientemente.
- **Acuerdo comercial:** Convenio entre dos o más participantes con el fin de incrementar el intercambio de bienes, servicios o inversiones entre ellos.
- **Competitividad:** Es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad, en el mercado en relación a sus competidores.
- **Exportación:** Es el conjunto de bienes y servicios comercializados por un país a otro estado o territorio extranjero.
- **Estrategia empresarial:** Es el conjunto de conceptos y lineamientos que utiliza la organización para crecer, obtener productividad y asegurar su sustentabilidad en el futuro.
- **Feria comercial:** Es un certamen periódico en el que las empresas o entidades de una misma actividad comercial exponen sus productos.
- **Importación:** Son el transporte de bienes y servicios del extranjero, los cuales son adquiridos por un país para distribuirlos en el interior de este.

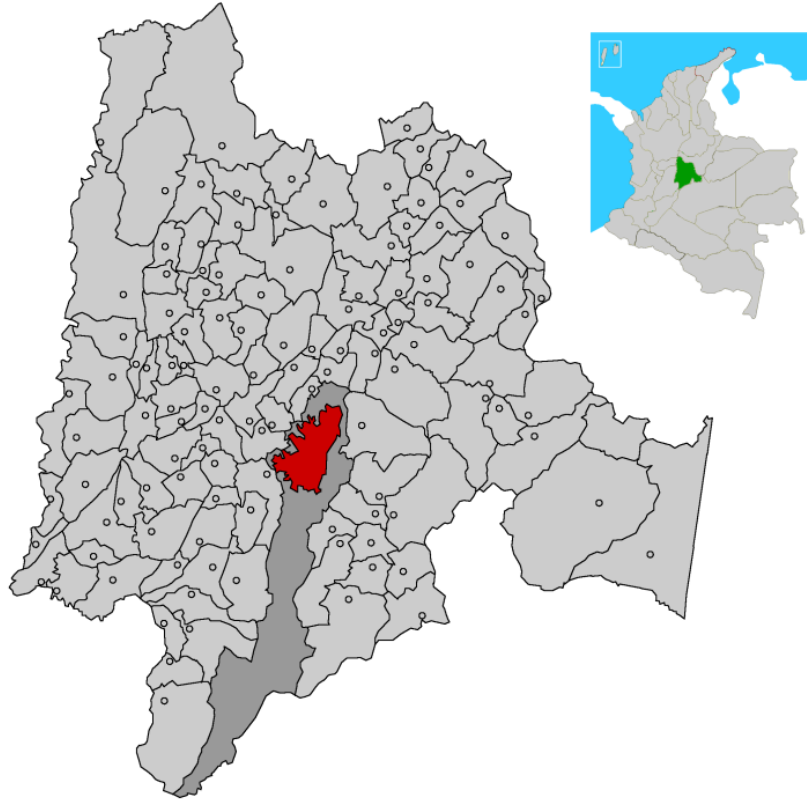
## 2.3 Marco legal

- **Decreto 1165 de 2019:** (MINISTERIO DE COMERCIO, 2019) en el cual se consolida la legislación aduanera vigente y se incluyen nuevos componentes en la facilitación del comercio otorgando seguridad y estabilidad jurídica a las operaciones de comercio exterior para impulsar la economía del país.

- **Decreto 410 de 1971 (Código del Comercio de Colombia):** (SENADO, 2019) Establece que los comerciantes y los asuntos mercantiles se registrarán por las disposiciones de la Ley Comercial y los casos no regulados serán resueltos por analogía de sus normas.
- **Código del Comercio Chile:** (NACIONAL, 2014) Regula la actividad comercial e industrial en el país.
- **Acuerdo de Libre Comercio Chile - Colombia:** (MINCOMERCIO, TLC CHILE - COLOMBIA, 1994) permitió resolver diferencias y aclarar los conflictos comerciales que se presentaron, mejorando todas las disciplinas comerciales, como las Normas de Origen, Procedimientos Aduaneros, Facilitación del comercio, Políticas de Competencia entre otras.
- **TLC Alianza del Pacifico:** (MINCOMERCIO, TLC Alianza Del Pacifico, 2017) Es un mecanismo de articulación política, económica y de cooperación e integración entre Chile, Colombia, México y Perú lo cual busca generar un mayor desarrollo económico y social entre estos países.
- **Ley 1189 de 2008:** Por medio de la cual se aprueba el “Acuerdo de Libre Comercio entre la Republica de Colombia y la Republica de Chile – Protocolo adicional al Acuerdo de Complementación Económica para el Establecimiento de un Espacio Económico Ampliado Entre Colombia y Chile del 6 de Diciembre de 1993” suscrito en Santiago, Chile, el 27 de noviembre de 2006.

#### 2.4 Marco geográfico

La práctica empresarial se llevó a cabo en la ciudad de Bogotá en la Cámara de Comercio e Industria y comercio colombo chilena, ubicada en la avenida calle 100 No. 8a - 55 Torre C.



*Ilustración 1. Ubicación geográfica. (Cundinamarca, 2020)*

## 2.5 Marco institucional

Las entidades que intervienen en el proceso comercial entre Colombia y Chile y que aportan al desarrollo comercial son:

- **Cámara Colombo Chilena:** Es una entidad gremial; que busca fortalecer y promover las relaciones comerciales nacionales e internacionales de las empresas afiliadas.
- **Cámara de Comercio de Bogotá:** Es una institución privada sin ánimo de lucro; que promueve el crecimiento económico, el desarrollo de la competitividad del sector empresarial en los países de Latinoamérica y el Caribe.

- **Pro Chile:** Es la institución encargada de promover las exportaciones de productos y servicios de Chile además de contribuir a la difusión de la inversión extranjera y al fomento del turismo.
- **Pro Colombia:** Es la entidad encargada de promover el turismo, la inversión extranjera y las exportaciones a Colombia y brindar apoyo y asesoramiento a las empresas nacionales en sus actividades de Comercio Internacional.
- **Universidad Antonio Nariño:** Es una entidad privada de educación superior de Colombia.
- **DIAN:** Es la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales que tiene como objetivo garantizar la seguridad fiscal del Estado Colombiano y el orden público económico.

### 3. Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena

#### 3.1 Campo organizacional

La Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena inicio sus actividades en mayo del año 2009, por lo cual cuenta con nueve años de experiencia y trayectoria a nivel empresarial. Desde entonces es una organización gremial, sin ánimo de lucro que tiene como fines primordiales promover, fomentar y fortalecer las relaciones comerciales y la inversión de empresas chilenas y colombianas en ambos países. (Chilena, Quienes Somos , 2020).

El 23 de Octubre de 2012 se crea COLCHILE S.A en Chile con el mismo objetivo de fomentar las relaciones entre los dos países.

La Cámara Colombo Chilena continua creciendo y aumentando el número de sus afiliados gracias a que optado por hacer parte del equipo de trabajo a practicantes de distintas universidades en el país.

**Misión**

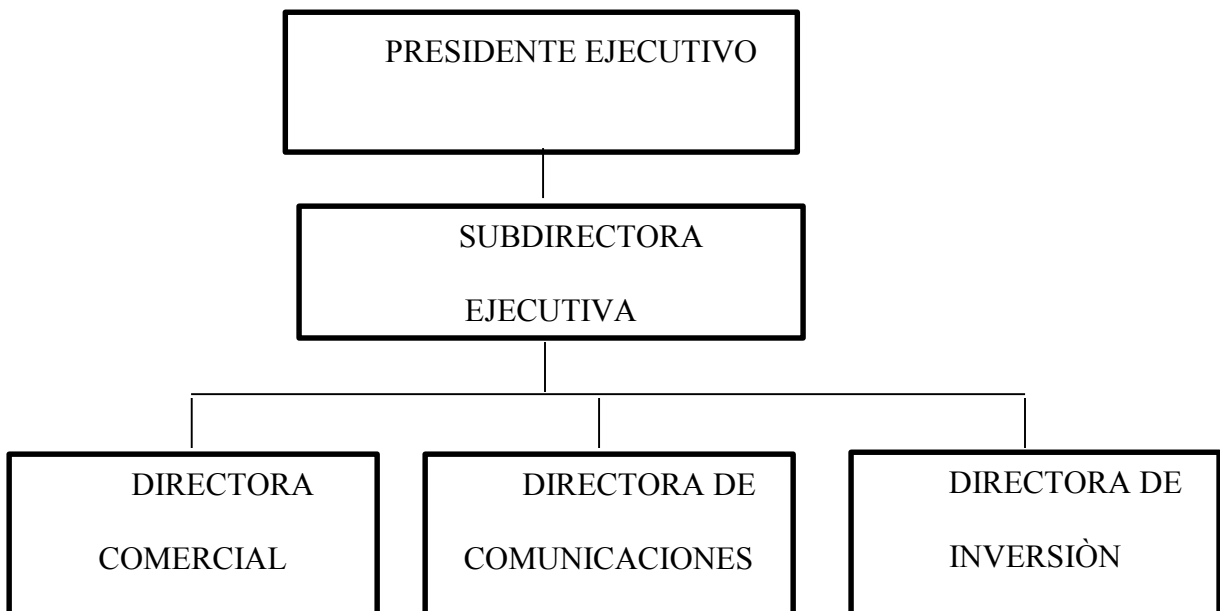
Potencializar el desarrollo social y económico de Colombia y Chile a través de una alianza empresarial innovadora de comercio e inversión.

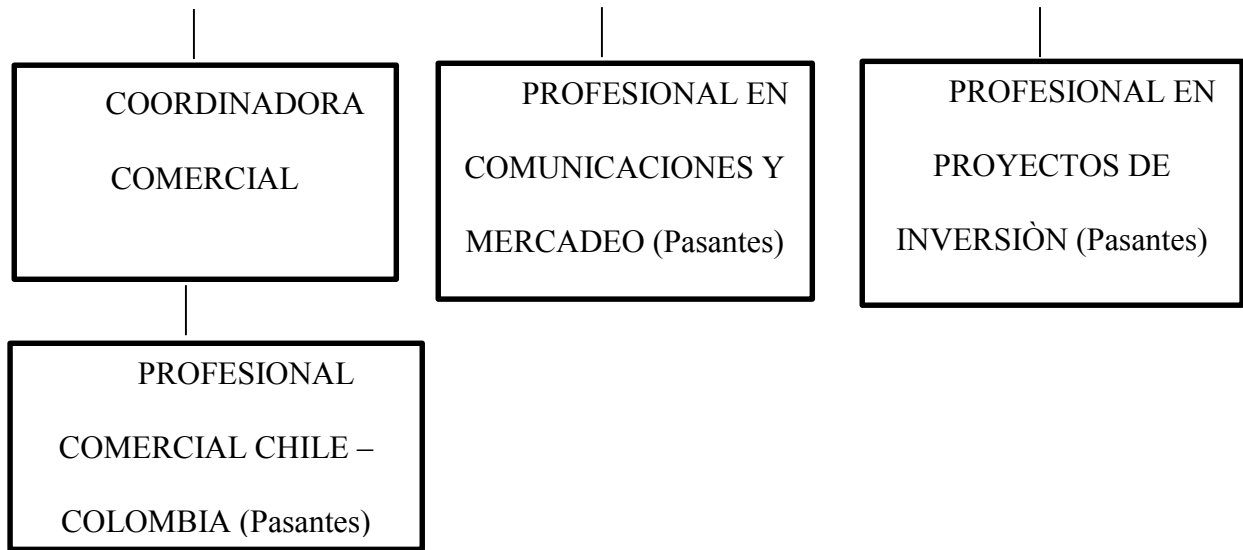
**Visión**

Ser la Cámara Binacional referente y admirada en la región, por agregar valor e impulsar la dinámica del mercado mediante la innovación.

La Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena es líder en el proceso de acompañamiento tanto para los empresarios colombianos como chilenos que buscan ampliar su presencia y representación en el nivel internacional con el fin de alcanzar sus metas.

**Estructura organizacional**





**Ilustración 2. Estructura organizacional. Elaboración propia.**

El presidente ejecutivo es quien dirige a toda la entidad, seguido por la subdirectora Ejecutiva la cual está encargada de manejar todas las misiones comerciales que se realizan en Chile y todos los aspectos relacionados con ese país, siguiendo el orden encontramos a las directoras de cada área (Comercial, Comunicaciones e Inversión), ellas son las encargadas de panificar los objetivos de cada área, en cuanto en la parte comercial por ser la más grande tiene una Coordinadora Comercial que es la encargada de cautivar a las empresas para que se afilien a la Cámara y por ultimo están los pasantes de cada área encargados de la gestión comercial para cada empresa.

**Equipo de trabajo**





***Ilustración 3. José Palma, Presidente ejecutivo  
Cámara Colombo Chilena***

***Ilustración 4. Carolina Orjuela,  
Subdirectora ejecutiva en Chile Cámara  
Colombo Chilena.***



***Ilustración 6. Johanna Cruz, Directora  
comercial Cámara Colombo Chilena.***



***Ilustración 5. Nancy Beltrán,  
Coordinadora comercial Cámara Colombo  
Chilena.***



*Ilustración 8. Daniela Cárdenas,*  
Directora de comunicaciones y mercadeo  
Cámara Colombo Chilena.



*Ilustración 7. Vanessa Vargas,*  
Directora de inversión Cámara Colombo  
Chilena.

### Servicios empresariales

- **Bases de Datos:** En donde se recopila contactos e información de empresas de cualquier sector.
- **Agenda de Reuniones:** La cual permite identificar y gestionar las oportunidades de negocios mediante encuentros entre empresas colombianas y chilenas.
- **Misiones Empresariales:** Contacto directo con empresas colombianas y chilenas donde se da a conocer la dinámica del mercado para potencializar las oportunidades empresariales.
- **Sala de Reuniones:** Espacio físico ubicado dentro de las instalaciones de la Cámara acoplado para la realización de reuniones de trabajo formales, o presentaciones de empresas.

- **Boletín:** Medio de comunicación comercial para eventos y capacitaciones de los afiliados publicados cada quince días.
- **Estudios de Mercado:** Comportamiento evaluado en los clientes y en el mercado en donde se toma de manera asertiva las decisiones acerca de la forma de negocio o internacionalización que debe seguir la empresa.
- **Asesoría en Proyectos de Inversión:** Se ofrece un acompañamiento a las empresas chilenas y colombianas que necesitan un socio en cualquiera de los dos países.

Estos servicios son estipulados con el propósito de que las compañías expandan su mercado a nivel nacional o internacional con mayor facilidad sirviendo de apoyo a estas empresas para concretar las relaciones comerciales.

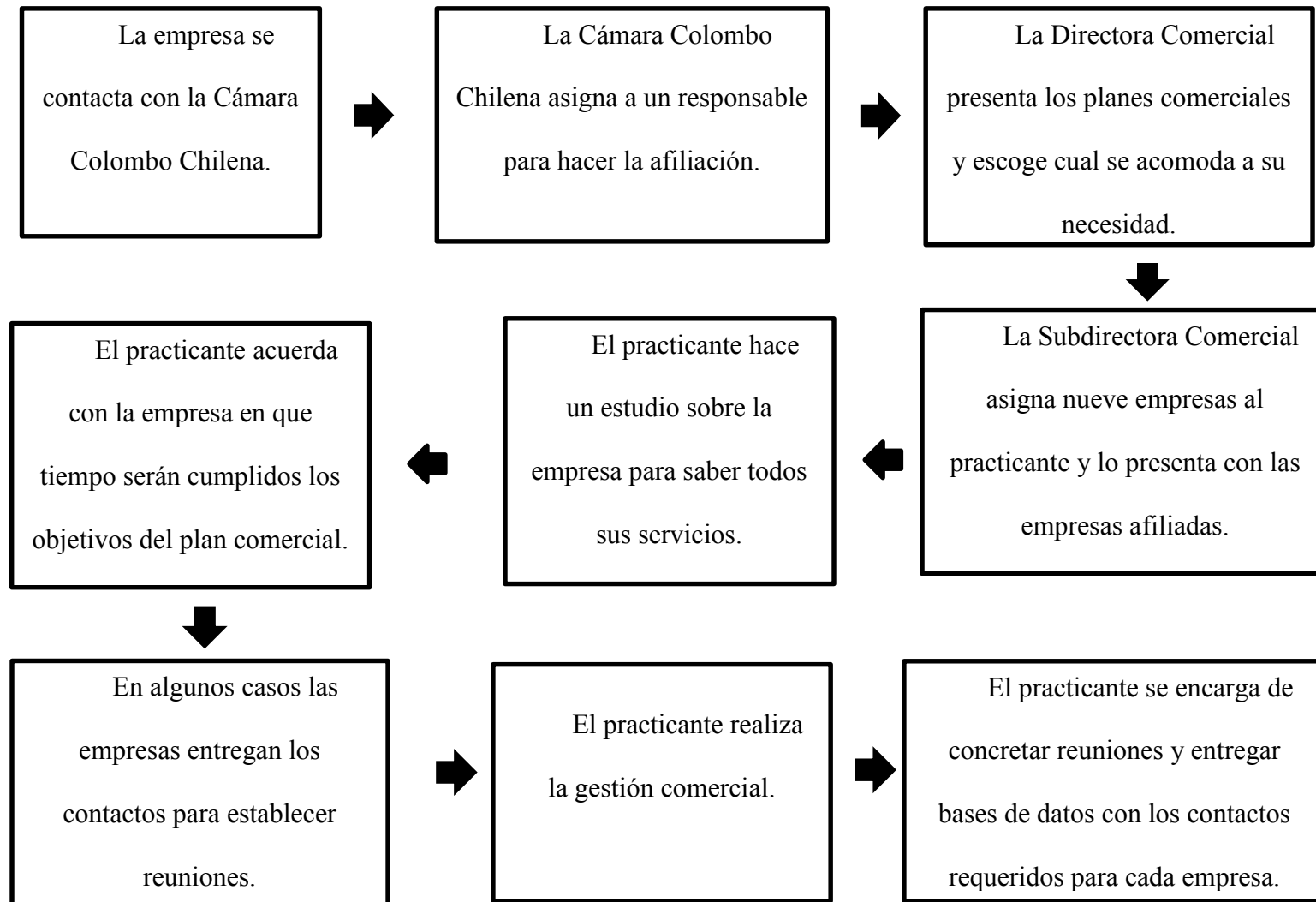
#### **4. Apoyo en los procesos desarrollados en la Cámara Colombo - Chilena**

Durante la labor desempeñada como Profesional Comercial en la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena se contó con un equipo de trabajo muy profesional y capacitado, quienes apoyados en la asistencia de practicantes de diferentes universidades se logró ofrecer a las empresas chilenas y colombianas servicios que facilitarían una correcta inserción al mercado de cada país.

Este cargo se desarrolló en el área Comercial Colombia y estuvieron a cargo de los pasantes de cada universidad, cuya función fue brindar un acompañamiento constante a las nueve empresas afiliadas que se entregaron al recibir el puesto, cada empresa tenía un

representante que era con quien se mantenía la comunicación en el transcurso de la gestión durante los seis meses de práctica.

El diagrama de procesos permite observar los pasos que cada practicante realizo, estos dependían del plan comercial que adquiriera la empresa, los cuales se componían de entregas de bases de datos, y agendamiento de reuniones para realizar acercamientos comerciales o misiones comerciales. (Ver Ilustración 9)



*Ilustración 9. Diagrama de procesos asignados. (Elaboración propia)*

De acuerdo con lo anterior al iniciar la pasantía se propuso a los representantes de cada empresa sostener una reunión de introducción con el practicante para tener un mayor conocimiento de las empresas con las que estuvo trabajando en el desarrollo del cargo profesional comercial, durante este encuentro el empresario eligió un plan de los que ofrece la Cámara Colombo Chilena para que el pasante iniciara la gestión de cada empresa que tuvo a cargo.

Según lo anterior los planes estipulados por la Cámara fueron tres:

- **Plan A**

**Plan de Trabajo:**

**Reuniones:** 12 En el Semestre.

**Bases de Datos:** 100 contactos en el semestre.

- **Plan B**

**Plan de Trabajo:**

**Reuniones:** 8 En el Semestre.

**Bases de Datos:** 200 contactos en el semestre.

- **Plan C**

**Plan de Trabajo:**

**Bases de Datos:** 120 contactos en el semestre.

Al estudiante de práctica se le asignaron durante el desarrollo de su pasantía las siguientes actividades:

1. Realizar visitas a las empresas afiliadas para coordinar el plan de trabajo que se llevara a cabo durante el semestre recibiendo por parte de ellos una capacitación con el objetivo de conocer la actividad principal de la empresa y estableciendo que tipo de empresas les interesan y con qué área y cargo desean tener contacto.
2. Elaborar bases de datos con el fin de facilitar la información necesaria para llevar a cabo el proceso de gestión comercial con mayor rapidez en la forma de agendar reuniones.
3. Obtener completo el listado de contactos de manera que se haga el respectivo envío a la empresa para previa filtración y así poder iniciar con la gestión de agendamiento por medio de llamadas y correos.
4. Una vez realizada la gestión anterior, se procede al agendamiento de las reuniones con aquellas empresas interesadas en llevar a cabo un acercamiento comercial.
5. En la realización de misiones comerciales, es decir, que cuando una empresa deseaba viajar a otro país para reunirse y conocer la dinámica del mercado de interés y potencializar las oportunidades empresariales, la gestión realizada como practicante fue conseguir un número de reuniones en el otro país para que el empresario lograra realizar el viaje y concretar algún tipo de negocio.
6. La Cámara permitió a los practicantes asistir a los eventos realizados donde se trataron diversos temas de interés para los empresarios afiliados, durante el semestre fue divulgada la información a las empresas afiliadas sobre este evento “La Noche del

Vino” que genero oportunidades de negocio y expansión de sus mercados por medio de las nuevas alianzas comerciales.

#### **4.1 Gestión de la base de datos entre empresas.**

A través de la herramienta de Bases de Datos la gestión se concentró recopilando información de empresas de cualquier sector, conteniendo un promedio de contactos que se entregaron a los afiliados como parte de sus servicios y conforme a las especificaciones acordadas con los empresarios.

El desarrollo de las bases de datos fueron enfocadas a las necesidades de la empresa afiliada, ellos solicitaban con cuales empresas deseaban tener reuniones y requerían un cargo específico con el que se querían contactar, cuando la empresa que se deseaba contactar no estaba en la misma ciudad que se ubicaba la empresa afiliada se llevaban a cabo videoconferencias que eran organizadas por el pasante. En cuanto a las bases de datos la empresa afiliada podía brindar las empresas de las cuales deseaban tener los datos de cierto cargo en específico o en otras oportunidades solo brindaban un sector al que se querían enfocar y el profesional comercial realizaba un estudio de mercado para revisar cuales empresas podrían ser de mayor valor para la empresa afiliada y empezar a buscar los datos del cargo en el que se quería contactar.

El pasante investigaba un número de empresas considerables y se las enviaba a las empresas afiliadas para realizar un filtro de la lista y señalar las empresas en las cuales tenían máximo interés.

Por lo tanto las bases de datos debían especificar:



Sector Económico / Nombre de la Empresa / Contacto / Cargo / Correo electrónico / Teléfono / Dirección / Ciudad / Pagina web.

Las bases de datos son construidas después de que los afiliados realizaban una retroalimentación y se comenzaba con la gestión de la siguiente manera:

- Se realizaba una investigación de las empresas recolectando información de libros, revistas, páginas web, o página de la Dian, en esta indagación se buscaba el sector, la razón social de la empresa, contacto, cargo, teléfono, dirección, ciudad, pagina web, y observaciones de la gestión en la búsqueda.
- En este orden se procedía a utilizar todos los anteriores recursos con el fin de conseguir los cargos y áreas específicas requeridas por las empresas afiliadas, estos contactos se solicitan por medio de llamadas, correos, o cartas de la siguiente manera:

Durante el proceso que se lleva en las llamadas se daba a conocer la empresa, el interés de contactarse con un cargo específico y los beneficios que traería al llegar a un acuerdo comercial.

Luego de finalizar la llamada se realizaba el envío del correo electrónico o cartas adjuntando la información de la empresa junto con el brochure, para que la persona pudiera analizar sus necesidades mediante este servicio y si era de su interés lograr agendar una cita.

Cuando toda la información ya estaba organizada se procedía a confirmar los datos obtenidos para ello se enviaban correos masivos en donde verificamos que no rebotaran y se utilizaban plataformas como LinkedIn que son orientadas a relaciones comerciales.

Tal es el caso de la empresa PAR SERVICIOS, la cual solicitó una base de datos de los sectores de minería, hidrocarburos, energía y gas esta empresa estaba interesada en generar oportunidades de negocios o hacer creación del contacto para negociaciones futuras. Hay se desarrolló el proceso anterior donde se buscaron la empresas Llano Pozos, Perenco, Sar Energía, Servicios petroleros Mora Bermúdez, Petrolabin, Ingeocc S.A, Carboexco, Colcarbex, Antioquia Gold Ltda., y Cales de Colombia S.A. la base de datos estaba compuesta por 10 contactos de Colombia que se le enviaron a la empresa semanalmente.

Todo lo anterior se encuentra ejemplificado en la siguiente tabla 1:

**Tabla 1. Formato Base de Datos**

N o.	SECTOR	EMPRESA	CONTACTO	CARGO	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO	DIRECCIÓN	CIUDAD	PÁGINA WEB
1	Petróleo	LLANOPOZOS	Margarita Ramírez	Gerente de Compras	proveedores@llanopozos.com	(571) 4344310	Transversal 93 No. 53 - 48, Interior 7	Bogotá	<a href="http://www.llanopozos.com">www.llanopozos.com</a>
2	Petróleo	PERENCO	Diana Robles	Jefe de Compras	drobles@co.perenco.com	(571) 3135000	Carrera 7 No. 71 - 52, Torre A, Piso 12	Bogotá	<a href="http://www.perenco.com">www.perenco.com</a>
3	Hidrocarburos	SAR ENERGÍA	Claudia Hurtado	Gerente de Compras	compras@sarenergy.com	(571) 3269555	Carrera 7 No. 71 - 52, Torre A, Oficina 1002	Bogotá	<a href="http://www.sarenergy.com">www.sarenergy.com</a>
4	Minería	SERVICIOS PETROLEROS MORA BERMÚDEZ	Julián Mauricio Reyes	Coordinador de Compras	j.reyes@serviciospetrolerosmora.com	(571) 4151221	Calle 16 l Bis # 105 A - 60	Bogotá	<a href="http://www.serviciospetrolerosmora.com">www.serviciospetrolerosmora.com</a>
5	Petróleo	PETROLABIN	John Reyes Guerrero	Director de Compras	jhon.guerrero@petrolabin.com	(577) 6437365	Carrera 37 # 52 - 43, Piso 8	Bucaramanga	<a href="http://www.petrolabin.com">www.petrolabin.com</a>
6	Minería	INGEOCC S.A	Albeiro Ricaurte	Coordinador de Compras	almacencompras@ingeocc.com	(572) 6959270	Antigua Carretera Yumbo, Kilómetro 4	Cali	<a href="http://www.ingeocc.com">www.ingeocc.com</a>
7	Minería	CARBOEXCO	Jesús Andelfo Villamizar	Gerente de Compras	secretariacarboexcogerencia@gmail.com	(577) 5830618	Calle 10 No. 3 - 42, Oficina 703, Edificio Banco Santander	Cúcuta	<a href="http://www.carboexco.com">www.carboexco.com</a>
8	Minería	COLCARBEX	Jaime Rodríguez	Gerente de Compras	jrodriguez@colcarbex.com	(577) 5715928	Calle 11 No. 0 - 24, Oficinas 304 y 305, Edificio Colegio Médico	Cúcuta	<a href="http://www.colcarbex.com">www.colcarbex.com</a>
9	Minería	ANTIOQUIA GOLD LTDA	Julián Villarruel	Gerente General	ivillarruel@antioquiagoldinc.com	(574) 3217073	Calle 7 Sur # 42 - 70, Oficina 2109, Edificio Fórum	Medellín	<a href="http://www.antioquiagoldinc.com">www.antioquiagoldinc.com</a>
10	Minería	CALES DE COLOMBIA S.A.	Diana Marcela Calderón	Gerente de Compras	compras@calco.com.co	(574) 6045075	Calle 11 B # 43 A-27, Oficina 204, Edificio Los Cedros	Medellín	<a href="http://www.bcalco.com.co">www.bcalco.com.co</a>


Fuente: Elaboración propia.

De la base de datos se concluyó que con las siguientes empresas se lograron hacer acercamientos comerciales: Petrolabin, Carboexco, Antioquia Gold Ltda., Colcarbex, y con

las demás empresas se crearon contactos para luego hacer negociaciones puesto a que en el momento no estaban interesados o ya contaban con estos servicios.

Para el desarrollo de este objetivo se presenta a continuación cada una de las empresas, las cuales fueron asignadas para bases de datos:


**Tabla 2. Ficha técnica empresa THT.**

	<p><b>Descripción de la Empresa</b></p> <p>Es una empresa multilatinas en Talento Humano que opera en 9 países, con la misión de crear herramientas para descubrir la zona de la genialidad de las personas, ofreciendo una metodología práctica para hacer selección, desarrollo y alineación de las personas en las organizaciones; apoyados en una robusta plataforma la cual ofrece 250 herramientas de acceso ilimitado.</p>
<p><b>Cargo requerido</b></p>	<p>Gerente de Recursos Humanos.</p>
<p><b>Tipo de Plan</b></p>	<p>Plan A</p>
<p><b>Plan de Trabajo</b></p>	<p><b>Reuniones:</b> 12 en el semestre.</p> <p><b>Bases de Datos:</b> 100 contacto en el semestre.</p>

**Fuente: Elaboración propia**

Es una empresa la cual ofrece una plataforma que sirve para hacer selección y desarrollo del Talento Humano en las empresas mediante perfiles que identifican a las personas. Con esta empresa durante el periodo de afiliación no se utilizó el servicio comercial puesto que la persona encargada en Colombia se encontraba en Chile durante todo el semestre por ende no hubo retroalimentación asertiva para continuar con la gestión.


**Tabla 2. Ficha técnica empresa Par Servicios**

	<p><b>Descripción de la Empresa</b></p> <p>Proporciona algunos servicios que tienen que ver con el proceso de gestión para los proveedores a través de una plataforma llamada RUP (Registro Unificado de Proveedores) para facilitar el proceso de negociación de compra y venta de bienes y servicios con los más altos estándares de calidad realizando una mejora continua con los requisitos de los clientes como legales y reglamentarios.</p>
<p><b>Cargo requerido</b></p>	<p>Gerente de Compras, Gerente de Abastecimiento, Gerente General.</p>
<p><b>Tipo de Plan</b></p>	<p>Plan B</p>
<p><b>Plan de Trabajo</b></p>	<p><b>Reuniones:</b> 10 <b>Bases de Datos:</b> 200 contacto en el semestre</p>

**Fuente:** Elaboración propia

Por medio del servicio que ofrecía esta empresa de la plataforma RUP (Registro Unificado de Proveedores) que apoyaba a los compradores en la búsqueda, homologación, verificación y mantenimiento de los proveedores de bienes y servicios, los sectores de interés para el desarrollo de los objetivos propuestos fueron hidrocarburos, minería, energía y gas, en donde se obtuvieron excelentes resultados en el periodo de afiliación debido a que se llevaron durante el semestre 12 reuniones y esto gracias a que el equipo de trabajo estuvo comprometido en la coordinación y disponibilidad de los Comerciales para que asistieran a las reuniones logrando futuras negociaciones.

Tabla 3. Ficha técnica empresa Aviatur.

	<p><b>Descripción de la Empresa</b></p> <p>Es una compañía especializada en brindar servicios de operaciones logísticas en áreas de importación, exportación, almacenamiento, transporte y mensajería, mudanzas internacionales, entre otros; cuenta con una experiencia de 45 años en el mercado cumpliendo con la reglamentación exigida por las autoridades.</p>
<b>Cargo requerido</b>	Gerente, Coordinador o Jefe de Logística.
<b>Tipo de Plan</b>	Plan A
<b>Plan de Trabajo</b>	<p><b>Reuniones:</b> 12</p> <p><b>Bases de Datos:</b> 100 contacto en el semestre</p>

Elaboración propia.

Es una empresa de viajes y turismo que actualmente cuenta con 116 oficinas en 23 ciudades del país ofreciendo asistencia en los principales aeropuertos de Colombia. Durante el periodo de afiliación no se utilizó el servicio comercial puesto que se enviaron correos en diferentes ocasiones para poder llevar a cabo una reunión con ellos pero no fue posible obtener alguna respuesta, sin embargo es una empresa activa en el mercado por ello continuaba afiliada a la Cámara aunque sus intereses fueran otros .

Tabla 4. Ficha técnica empresa WM Wireless &amp; Mobile.



		<p><b>Descripción de la Empresa</b></p> <p>Es una Multinacional de capital colombiano con más de 27 años de experiencia la cual desarrolla soluciones en computación móvil e identificación automática, integrando hardware, software, comunicaciones y suministros dirigida a optimizar y simplificar y automatizar los procesos ya sea en fuerzas de venta auto venta o prevente, en operaciones logística y en bodega (automatización).</p>
<b>Cargo requerido</b>	Gerente de Tecnología/Informática, Gerente de Operaciones	
<b>Tipo de Plan</b>	Plan B	
<b>Plan de Trabajo</b>	<p><b>Reuniones:</b> 10</p> <p><b>Bases de Datos:</b> 200 contacto en el semestre</p>	

Tabla 5. Ficha técnica empresa Aviatur.

Esta empresa desarrolla aplicaciones móviles que los negocios requieren y las ponen a funcionar sobre cualquier teléfono es una herramienta perfecta para el área de mercadeo y servicio al cliente para organizaciones que desean conocer información permanente. Se apoyó durante la gestión comercial con 4 reuniones mediante empresas de flores las cuales fueron muy productivas debido a que el semestre pasado no se tuvo ninguna propuesta por parte del anterior practicante.

Tabla 6. Ficha técnica empresa Tecnofast.

	<p><b>Descripción de la Empresa</b></p> <p>Es una de las principales compañías del mundo dedicada al arriendo, venta y fabricación de espacios de alta tecnología y diseño, con soluciones de espacios para mejorar la vida de las personas a través de la innovación y el diseño. Creemos en el valor del tiempo, el respeto al medio ambiente y la importancia de la eficiencia y la calidad.</p>
<b>Cargo requerido</b>	Gerente de Proyectos
<b>Tipo de Plan</b>	Plan A
<b>Plan de Trabajo</b>	<p><b>Reuniones:</b> 12</p> <p><b>Bases de Datos:</b> 100 contacto en el semestre</p>

Fuente: Elaboración propia

Realizan montajes de módulos que deben ser construidos de forma muy robusta teniendo una mejor aislación térmica y no cuenta con problemas de humedad y quiebres. Es uno de los sistemas de construcción más versátiles actualmente en el mercado ya que permite ser instalado en cualquier entorno y condición climática. Los sectores de interés para esta empresa fueron campamentos, bodegas, hoteles, oficinas, baños, durante el periodo de afiliación se llevaron a cabo en el semestre 2 reuniones debido a que la Directora Comercial enviaba listados con las empresas que quería solicitar reuniones debido a que la planta se encuentra ubicada en Chile y la presencia del representante en Colombia era compleja.

**Tabla 7. Ficha técnica empresa Díaz Reus.**


	<p><b>Descripción de la Empresa</b></p> <p>Es un bufete de abogados emprendedor y de mercados emergentes que brinda servicios legales en todas las industrias, Cuenta con veintitrés oficinas ubicadas en América Latina, EE. UU., Europa occidental y oriental, Asia y Medio Oriente, se enfoca en ofrecer servicios de Litigios y Arbitrajes, Delitos de Cuello o Guante Blanco, Fraude y Recuperación de Activos entre otros.</p>
<p><b>Cargo requerido</b></p>	<p>Gerente legal, Gerente Jurídico o Gerente General.</p>
<p><b>Tipo de Plan</b></p>	<p>Plan B</p>
<p><b>Plan de Trabajo</b></p>	<p><b>Reuniones:</b> 10 <b>Bases de Datos:</b> 200 contacto en el semestre</p>

**Fuente:** Elaboración propia

Es una firma global de servicios legales especializada en procedimientos de transacciones comerciales ofreciendo sus servicios a empresas multinacionales, entidades gubernamentales, funcionario públicos, entre otros. Se realizó durante el semestre 8 reuniones las cuales la empresa quedo satisfecha con la gestión realizada puesto que llevaba poco tiempo en su afiliación en la Cámara y sus comentarios hacia los Directivos fueron gratificantes.




Tabla 8. *Ficha técnica empresa Cafam.*

	<p><b>Descripción de la Empresa</b></p> <p>Caja de Compensación Familiar colombiana, con una trayectoria de 60 años en el país, su objetivo principal es generar bienestar a sus afiliados y usuarios. Por lo tanto, cuenta con diferentes unidades de negocio mediante las cuales ofrecen servicios de salud, turismo, vivienda, recreación y educación por medio de su universidad.</p>
<p><b>Cargo requerido</b></p>	<p>Gerente de Recursos Humanos.</p>
<p><b>Tipo de Plan</b></p>	<p>Plan A</p>
<p><b>Plan de Trabajo</b></p>	<p><b>Reuniones:</b> 12</p> <p><b>Bases de Datos:</b> 100 contacto en el semestre</p>

Fuente: Elaboración propia

Es una entidad de protección social en Colombia con servicios de subsidio, créditos, salud, hotelería, educación y recreación diseñada y adaptada a programas exclusivos creando espacios de bienestar como innovación, crecimiento, a los empleados de las empresas afiliadas. Durante el semestre se llevaron a cabo 8 reuniones debido a que una buena organización dependió de la gestión empresarial y de un avance efectivo para mantenerse en el mercado.


**Tabla 9. Ficha técnica empresa Efizity.**

	<p><b>Descripción de la Empresa</b></p> <p>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 servicio que abarcan desde la etapa de diseño de proyectos hasta la operación de edificios e industrias.</p>
<p><b>Cargo requerido</b></p>	<p>Gerente General.</p>
<p><b>Tipo de Plan</b></p>	<p>Plan B</p>
<p><b>Plan de Trabajo</b></p>	<p><b>Reuniones:</b> 10  <b>Bases de Datos:</b> 200 contacto en el semestre</p>

Fuente: Elaboración propia

Está presente en los principales Sectores de la Economía: minería, industria, retail, oficinas, hoteles, salud, educación abarcando desde la etapa de diseño de proyectos hasta la operación de edificios e industrias utilizando una plataforma de energía la cual recopila información relevante sobre los consumos de sus clientes. Durante el semestre se realizaron 14 reuniones lo que permitió que la gestión empresarial realizara un análisis en la competencia y en los cambios de la tecnología obteniendo un avance efectivo y muy buenos resultados.

**Tabla 10. Ficha técnica empresa Adecco. Elaboración propia.**

	<p><b>Descripción de la Empresa</b></p> <p>Empresa líder a nivel mundial en el sector de recursos humanos, especializada en proveer soluciones integrales para una idónea selección de personal calificado, rigiéndose bajo estándares de calidad para optimizar sus procesos. Cuenta con una alta gama de servicios como outsourcing empresarial (salud ocupacional), divisiones especializadas como: tecnología, finanzas, salud, marketing, suministro, selección de personal y apoyo empresarial en la formación de capital humano.</p>
<p><b>Cargo requerido</b></p>	<p>Gerente General, Gerente, Coordinador o Jefe de Recursos Humanos.</p>
<p><b>Tipo de Plan</b></p>	<p>Plan B</p>
<p><b>Plan de Trabajo</b></p>	<p><b>Reuniones:</b> 10 <b>Bases de Datos:</b> 200 contacto en el semestre</p>

Fuente: Elaboración propia

Ofrece a las empresas soluciones en el desarrollo del Talento Humano a través de actividades de capacitación ligadas a sus necesidades generados en las habilidades, actitudes y conocimientos indispensables para su personalidad. Los sectores de interés para esta empresa fueron Consumo Masivo, Retail, Alimentos y Bebidas de las cuales se concretaron 10 reuniones ya que se tuvo una buena, correcta y clara comunicación que permitió un buen desarrollo en la gestión.

## 4.2 Misiones comerciales entre empresarios colombianos y chilenos

“Ponemos a nuestros afiliados en contacto directo con compañías chilenas o colombianas identificando, iniciando, y desarrollando oportunidades empresariales. El servicio incluye acompañamiento presencial o virtual de nuestros delegados que estarán a cargo de la logística y óptimo desarrollo de las actividades. Adicional gestionamos el alojamiento en el país de destino con tarifas preferenciales entre los hoteles asociados a la organización y actividades complementarias en el marco de la misión”. (Chilena, Misiones Empresariales, 2020)

Una de las formas más eficientes para cumplir objetivos propuestos para las empresas afiliadas son las alianzas estratégicas siendo un modelo muy importante en la movilidad del mercado creando opciones para futuras inversiones.

El servicio de Misiones Empresariales permitió identificar y gestionar mayores oportunidades de negocio mediante encuentros entre empresas colombianas y chilenas, por ello se proyectaron y se coordinaron un mínimo y un máximo de reuniones distribuidas en días considerados según la agenda del empresario.

Son la conjugación de todas las funciones empresariales en donde se planea, programa y acompaña una serie de reuniones que son el resultado del trabajo hecho en las bases de datos.

Adicionalmente se manejaron misiones empresariales con empresa afiliadas o empresas externas que requerían de este servicio el cual se basaba en gestionar reuniones con empresas que eran potenciales para la empresa interesada, esta agenda de reuniones usualmente se desarrollaba fuera de Colombia ya que se realizaban con empresas de algún país destino al que viajaba la empresa colombiana, por medio de estos acercamientos comerciales se buscaba tener un espacio donde la empresa pudiera dar a conocer el portafolio de sus servicios y llegar

a algún acuerdo de negocio si había interés por parte de la empresa visitada o en el caso contrario se dejaba la creación del contacto para negociaciones futuras.

Después de conseguir toda la información que pertenece a estas, se contacta a los gerentes de las empresas por medio de correos electrónicos en donde se ofrece el acercamiento comercial de algún afiliado. Se establecen una serie de fechas en las cuales los afiliados viajan a Colombia y se dividen las fechas en horarios para agendar reuniones.

Llegados los días en que los empresarios chilenos están en Colombia para atender las reuniones ya mencionadas se procede a hacer un acompañamiento completo de cada reunión, el cual puede ser de manera presencial acompañando a los empresarios a cada reunión, como también de manera virtual confirmando y dirigiendo al empresario a sus respectivos encuentros en Colombia. En la siguiente tabla se puede observar de forma más detallada:

**Tabla 11. Formato de solicitud de Misiones empresariales.**

<p>Estimado Edgar,</p> <p>Le extendemos un cordial saludo.</p> <p>Le escribe Lorena Cely Profesional Comercial de la Cámara Colombo Chilena, con el fin de solicitar amablemente un espacio en su agenda para coordinar una reunión con Carlos Tocará, Director de PAR SERVICIOS, para que pueda presentarle el portafolio de servicios.</p> <p>Par Servicios es una compañía que proporciona servicios de Gestión de Proveedores en la plataforma RUP (Registro Unificado de Proveedores) para facilitar el proceso de negociación de compra y venta de bienes y servicios con los más altos estándares de calidad realizando una mejora continua con los requisitos de los clientes como legales y reglamentarios.</p> <p>En el archivo adjunto, así como en el siguiente link <a href="http://www.parservicios.com">www.parservicios.com</a>, podrá ampliar la información acerca de la empresa.</p> <p>Agradeceríamos mucho su disponibilidad para la reunión con esta empresa, en cualquiera de los siguientes espacios que usted tenga libre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lunes            15 de Julio a las 9:30 am / 11:30 am / 3:00 pm / 5:00 pm</li> <li>• Miércoles      17 de Julio a las 9:30 am / 11:30 am / 3:00 pm / 5:00 pm</li> <li>• Viernes        19 de Julio a las 9:30 am / 11:30 am / 3:00 pm / 5:00 pm</li> </ul> <p>Agradezco la atención a la presente y quedo muy atenta a sus comentarios.</p> <p>Cordialmente,</p>
---

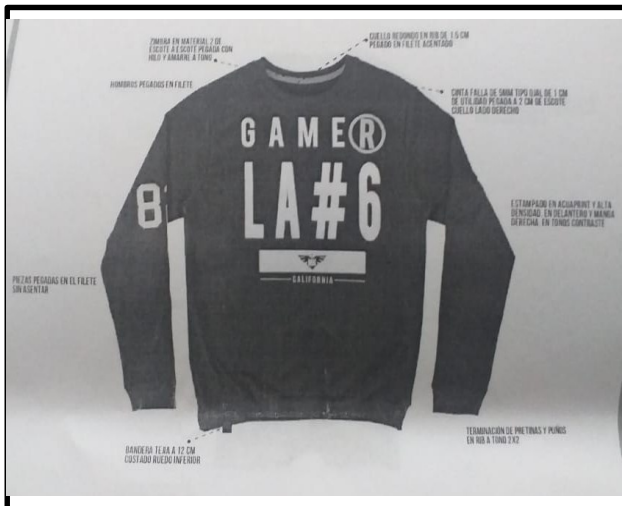
**4.2.1. Misión empresarial Bogotá – Chile:**

Durante el desarrollo de la practica se evidencio una mision por parte de la Càmara de Comercio de Bogotá en unión con la Càmara de Comercio Colombo Chilena en donde se organizaròn para realizar una mision a Chile la cual consistio en:

**Perfil del cliente potencial:**

Grupo N-K S.A.S se dedicaba principalmente a la confección de prendas de vestir ubicada en la ciudad de Bogotá buscaba practicidad y versatilidad en todo momento en hombres dinámicos. Activo, urbano, versátil eran atributos que identificaban cada una de las prendas y se apropiaba de estos conceptos, generando en su estilo de vida un dinamismo en todo momento creando elementos que fueran útiles a este consumidor dándole opciones de vestuario.

**Productos a internacionalizar:**



**Ilustración 11. Producto A, Grupo N-K S.A.S. 2020.**



**Ilustración 10. Producto B, Grupo N-K S.A.S. 2020.**

**Segmento de mercado al que va dirigido:**

- Comercializadores Multimarca.
- Personas interesadas en franquicia.

Gracias a esta misión las empresas lograron tener contacto directo con entidades Chilenas para conocer la dinámica del mercado y potencializar las oportunidades empresariales.

Para la Cámara Colombo Chilena es de gran importancia que las empresas que vienen a misión empresarial tengan la mejor experiencia y en cuanto al empresario que viaja es de gran gratitud poder gestionar y concluir una mayor visión en cuanto la gestión realizada por el pasante.

**4.3 Formulación de estrategias para el mejoramiento de la gestión realizada en las empresas afiliadas**

El seguimiento que realizó el practicante a las empresas permitió establecer las razones y causas tanto positivas como negativas que están afectando el éxito y cumplimiento de los objetivos establecidos por la entidad. Por ello, se debe tener mayor acogimiento de los empresarios colombianos y chilenos generando afiliaciones de nuevas empresas y buscando permanencia de los afiliados por parte del área comercial puesto que la Cámara es el vínculo de muchas empresas que están queriendo ingresar en el mercado.

Las estrategias surgen como un plan de mejora al evidenciar que al ingresar a la Cámara se tenían ciertas debilidades pero frente a ello se propone:

- Una serie de pasos o una guía que facilite tener presente la estructura de los correos antes de enviarlos, puesto que al iniciar la etapa laboral los practicantes pudieron notar una serie de errores a la hora de enviar correos para solicitar reuniones a las empresas afiliadas con otras empresas, se maneja una estructura de correo pero muchas veces el practicante omite ciertos detalles que hacen poco eficiente la gestión ya que se debe enviar correos de excusa luego de haber cometido un error.
- El uso de las cuentas Skype que sean personal, debido a que las funciones propias de la gestión hacen necesario el uso de Skype para llamar a las empresas en Chile y Colombia sin embargo, las cuentas de Skype no están controladas ni son personales, cada cuenta está equipada con un saldo de llamadas limitado por lo que se acaba rápidamente y las cuentas de Skype se van rotando entre los pasantes hasta agotarlas. El problema radica en que cada cuenta solo pueden ser utilizadas por dos personas a la vez por lo cual en el momento en que las cuentas se comienzan a agotar se hace más complejo realizar llamadas y cumplir con las metas propuestas.
- Es necesario crear un banco de datos global ya que la información que se maneja en su gran mayoría es sobre contactos de gerentes de las empresas con las que se buscan relacionar a los afiliados de la cámara, en muchas ocasiones un pasante debe utilizar un contacto que ya ha sido investigado y empleado por otro pasante, pero no existe un sistema de información para conseguir el contacto de un gerente o una empresa que es muy probable que algún pasante ya tenga en su poder.

A continuación se presenta en una tabla las estrategias propuestas:



Tabla 12. Estrategias Propuestas

ESTRATEGIA	DESCRIPCIÓN	TIEMPO
Una serie de pasos o una guía que facilite tener presente la estructura de los correos antes de enviarlos.	Se espera tener una mayor productividad y minimizar los errores por parte de los practicantes, buscando a largo plazo una excelente gestión y cumplimiento con los objetivos que la cámara colombo chilena espera de los practicantes.	Corto Plazo
El uso de las cuentas Skype sean de manera personal.	De esta manera se facilitaría el control de las llamadas y un correcto manejo de los saldos que tiene cada persona impactando directamente en la eficiencia de las gestiones comerciales que necesitan de recolección de información.	Mediano Plazo
Crear un Banco de Datos Global.	Cuyo objetivo sea guardar y facilitar el acceso a la información que ya está, pero se encuentra muy desactualizado lo que hace demorada la gestión para los pasantes día a día.	Largo Plazo

Fuente: Elaboración propia.

El posicionamiento es un eje fundamental en la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena y para esto sus servicios deben tener un valor agregado que la diferencie de otras Cámaras Binacionales puesto que el principal motor de la empresa son sus clientes, por ello las estrategias de mejoramiento que se deben implementar establecen las causas en los procesos realizados actualmente por la Cámara, abordando un plan de mejoramiento y una buena comprensión en los servicios que prestan, con el fin de que los practicantes que llegan de nuevo a realizar sus prácticas sean más efectivos en su desempeño y en la gestión realizada cumpla con los planes de trabajo propuestos conllevando un impacto positivo para las empresas.

## 5. Conclusiones y Recomendaciones

### 5.1 Conclusiones

Realizar la práctica profesional en la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena implica una gran responsabilidad ya que esta entidad le proporciona al practicante aportar a su desarrollo y proceso de aprendizaje al verse obligado a desenvolverse por sí mismo en diferentes situaciones lo cual brinda experiencia, conocimiento, seguridad, habilidades en la comunicación y dominio del público.

En un inicio fue indispensable que se llevara a cabo una capacitación acerca de los procesos llevados por la entidad en cada una de sus dependencias y funciones de cada una de ellas para así lograr desarrollar las diferentes actividades asignadas bajo mi responsabilidad.

La Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena es una entidad que se enfoca principalmente en generar relaciones comerciales entre pequeñas y medianas empresas identificando las oportunidades que tienen Colombia y Chile en diferentes sectores económicos y comerciales.

Es de gran importancia ver que los servicios ofrecidos por la Cámara ayudan a las empresas a unir fuerzas en proyectos conjuntos, y a realizar un trabajo de manera más efectiva dándose a conocer de una manera más global ya que una empresa le da fuerza a otra y así buscar costo – beneficio.

En el transcurso de la pasantía se desempeñaron diversas actividades, las cuales eran entregadas a la Directora por medio de informes de lo realizado cada quince días con cada empresa, teniendo en cuenta que en varias ocasiones estos eran contra reloj se convertían en

una labor de vital importancia en el aprendizaje al tener que realizar estas actividades bajo presión y haciendo las cosas bien fueron aspectos que pusieron a prueba lo profesional.

El gestionar la base de datos de empresas colombianas y chilenas indudablemente facilitó la creación de vínculos comerciales durante la pasantía, identificando en la gestión realizada falencias en el proceso que lleva la Cámara con los practicantes que se pueden mejorar mediante un adecuado acompañamiento en el desarrollo de cada objetivo.

## **5.2 Recomendaciones**

Debido a que la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena cambia cada semestre de practicantes es evidente la variación drástica que se presenta en la gestión comercial porque debido al trabajo realizado anteriormente por el otro pasante la empresa afiliada determina si continúa adquiriendo sus servicios. Es por esto que se hace necesario llevar una planeación, control y seguimiento para poder cumplir con el plan de trabajo propuesto y así evitar la deserción de las empresas logrando que se mantengan afiliadas.

Brindar la oportunidad a los futuros practicantes de desempeñarse en diferentes áreas y no desarrollar una sola función durante el desarrollo de la práctica puesto que puede ejecutar mejores labores y su aprendizaje puede ser mayor.

Fortalecer los canales de comunicación y publicidad como la televisión y la radio, puesto que aunque manejen diferentes redes sociales solo le dan prioridad a LinkedIn por ende poder publicar los eventos, ruedas de negocio, conversatorios y demás en todas las redes aumenta el reconocimiento de la Cámara en el mercado.

Se recomienda que la entidad mejore o tenga en cuenta que diseñar las estrategias propuestas, facilitará la calidad en los servicios ofrecidos, puesto que mejoraría la eficiencia en el área comercial puesto que es parte de la gestión realizada por los pasantes lo que hace necesario que estas herramientas faciliten el cumplimiento de cada actividad.

## 6. Bibliografía

- Cardozo, P. P. (2004). *TEORIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN*. Bogotá: Dialnet.
- Cardozo, P. P. (2004). *TEORIAS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN*. Bogotá: Dialnet.
- MINCOMERCIO. (1994). *TLC CHILE - COLOMBIA*. Bogotá: Mincomercio.
- MINCOMERCIO. (2017). *TLC Alianza Del Pacifico*. Bogotá: Mincomercio.
- MINISTERIO DE COMERCIO, I. Y. (2019). *Decreto 1165 de 2019*. Bogotá: Sistema Unicode Informacion Normativa.
- NACIONAL, C. (2014). *Codigo del Comercio de Chile*. Santiago de Chile: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.
- Porter, M. (1990). *Competitividad Sistémica*. Colombia : Teorias de la Internacionalizacion
- PROCHILE. (2020). *Ferias 2020*. Santiago de Chile : Porchile .
- SENADO, S. D. (2019). *CODIGO DEL COMERCIO COLOMBIANO*. Bogotá: Secretaria del Senado.
- SMITH, A. (1988). *RIQUEZA DE LAS NACIONES*. FRANCIA: SI EXISTE.
- Smith, A. (2018). *RIQUEZA DE LAS NACIONES*. Bogota: Filco.

## 7. Anexos

### Anexo 1. Área Sala de Espera Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena.



**Anexo 2. Área de comunicaciones Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena.**



**Anexo 3. Área comercial Chile Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena.**





**Anexo 4. Área comercial Colombia Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena.**



**Anexo 5. Pasantes área comercial Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena.**



Anexo 6. Evento empresarial organizado por la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena.





**NOCHE DEL VINO EN BOGOTÁ**

La Directora de la Oficina Comercial de ProChile en Colombia **Marcela Aravena** y el Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena **José Palma**,

tienen el honor de invitarle a un cóctel y degustación de vinos, donde podrá compartir con la comunidad empresarial de **Chile** y **Colombia**.

**MIÉRCOLES 27 DE NOVIEMBRE DE 2019, 7:00 P.M.**  
HOTEL JW MARRIOTT - RESTAURANTE CIRCO  
Calle 73 #9-60, Bogotá

R.S.V.P.  
comunicaciones.3@colombochilena.com  
(+57 1) 300 1855 Ext. 306

   OFICINA COMERCIAL DE CHILE  CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA COLOMBO CHILENA