

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

Fraidy Natalia Martínez Gámez

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

Fraidy Natalia Martínez Gámez

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

Informe de pasantía dirigido por:

Óscar 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

Dedico este trabajo principalmente a Dios por permitirme llegar hasta etapa de formación profesional, a mis padres que han estado en mi proceso apoyándome y siendo la motivación en todas las decisiones de mi vida, a mi madre por inculcar en mí principios para ser mejor persona cada día y luchar por mis sueños, mis hermanos por las grandes enseñanzas de que se puede lograr lo que se propone y el acompañamiento continuo a lo largo de mi carrera.

A cada una de las personas que han estado en este proceso tan importante y compartiendo esta experiencia única donde idealizamos el futuro y empezamos a construirlo, a cada uno de los docentes quienes aportaron mi crecimiento de manera profesional durante el desarrollo de mi carrera de Comercio Internacional.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por brindarme sabiduría y entendimiento a lo largo de la carrera, agradezco a mis padres por el apoyo incondicional, la motivación día a día para lograr mis objetivos, a mi madre por hacer parte de este proceso de mi vida y ser el motor principal a cada uno de los esfuerzos en momentos de aprendizaje, experiencias y alegrías en los años de estudio.

De igual manera agradezco a la Universidad Antonio Nariño por permitirme ser parte de esta institución académica y a los profesores que depositaron su confianza en mí.

A mis amigos y compañeros quienes estuvieron en este proceso de formación profesional inculcando valores como el compañerismo.

Contenido

Resumen..... 12

Abstract..... 13

Introducción 14

1. Diseño de la Investigación..... 15

 1.1 Problema..... 15

 1.1.1 Descripción del problema..... 15

 1.1.2 formulación del problema 15

 1.2 Justificación 16

 1.3 Objetivos..... 17

 1.3.1. Objetivo general 17

 1.3.2. Objetivos específicos..... 17

2. Marco Referencial..... 18

 2.1 Marco teórico..... 18

 2.2. Marco conceptual 20

 2.3. Marco Legal..... 20

 2.4. Marco geográfico..... 21

 2.5. Marco institucional 22

3. Proceso que Desarrolla la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena 24

 3.1. Misión..... 24

3.2. Visión	24
3.3. Reseña histórica	24
3.4. Servicios empresariales	25
3.5. Planes de afiliación.....	26
3.6. Equipo de trabajo.....	27
3.7. Estructura organizacional.....	29
3.8. Cargo	30
3.8.1 Funciones del pasante:	30
4. Apoyo en los Diferentes Procesos de la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena 32	
4.1. Empresas asignadas	32
4.1.1. Hidrolab.....	32
4.1.2. Mandomedia.....	33
4.1.3. Rankmi	34
4.1.4. Castillo & Asesores S.A.S.	35
4.1.5. Rosen.....	36
4.1.6. In Motion.....	37
4.1.7. Atentus	38
4.2. Acercamientos comerciales	39
4.2.1. Formato de agendamiento de reuniones.....	40
4.3. Bases de datos.....	41

4.4. Misiones empresariales.....	44
5. Fortalecimiento de relaciones comerciales afiliadas a la Cámara Colombo Chilena	47
5.1 Afiliaciones	47
5.2 Planes de trabajo	48
5.3 Estudios de mercado y eventos empresariales	49
6. Conclusiones	50
7. Recomendaciones.....	52
8. Bibliografía	53
9. Anexos	54

Lista de Tablas

Tabla 1. Formato de Agenda de Reuniones.	41
Tabla 2. Formato Base de Datos.	44

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Ubicación Geográfica.....	22
Ilustración 2. Carolina Orjuela. Subdirectora Ejecutiva en Chile.	27
Ilustración 3. José Palma. Presidente Ejecutivo.	27
Ilustración 4. Johanna Cruz. Directora Comercial.	27
Ilustración 5. Nancy Beltrán. Coordinadora Comercial.	27
Ilustración 6. Daniela Cárdenas. Directora de Comunicaciones y Mercadeo..	28
Ilustración 7. Vanessa Vargas. Directora de Nuevos Negocios. .	28
Ilustración 8. Jessica Correa. Asistente Presidencia.	28
Ilustración 9. Estructura Organizacional de la CCICC.	29
Ilustración 10. Empresa Afiliada Hidrolab 2020.....	32
Ilustración 11. Empresa Afiliada Mandomedia 2020.....	33
Ilustración 12. Empresa Afiliada Rankmi 2020	34
Ilustración 13. Empresa Afiliada Castillo & Asesores 2020.....	35
Ilustración 14. Empresa Afiliada Rosen 2020.....	36
Ilustración 15. Empresa Afiliada In Motion 2020.....	37
Ilustración 16. Empresa Afiliada Atentus 2020.	38

Lista de Anexos

Anexo 1. Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena. 54

Anexo 2. Área Comercial Colombia y Área de Inversión, Cámara Colombo Chilena..... 55

Anexo 3. Área Comercial Chile, Cámara Colombo Chilena..... 56

Anexo 4. Área Comunicaciones, Cámara Colombo Chilena 57

Anexo 5. Presentación nuevo plan de trabajo Castillo & Asesores S.A.S. Cámara Colombo
Chilena..... 58

Anexo 6. Eventos empresariales invitación para las empresas afiliadas, Cámara Colombo
Chilena..... 59

Resumen

El presente informe de pasantía pretende describir las funciones asignadas durante el tiempo de práctica en el área comercial de la Cámara de Comercio e Industria Colombiana Chilena donde se realizó, apoyó en gestiones comerciales, asignación de reuniones, bases de datos, fortalecimiento de estrategias empresariales con el propósito de resaltar la importancia de estas entidades para el desarrollo económico de empresas chilenas y colombianas, lo cual permitió aplicar conocimientos académicos adquiridos a lo largo de la carrera.

Palabras Clave: Gestión empresarial, Estrategia, Acercamiento Comercial

Abstract

This internship report aims to describe the functions assigned during the practice time in the commercial area of the Chilean Colombian Chamber of Commerce and Industry, where it was supported in commercial management, assigning meetings, databases, strengthening business strategies and highlighting the importance of these entities for the economic development of Colombian and Chilean companies, which allowed applying academic knowledge acquired throughout the degree.

Keywords: Business management, strategy, commercial approach.

Introducción

En el mundo del Comercio Internacional es indispensable para el profesional adquirir experiencia en las diferentes áreas que envuelven al mundo de los negocios, por ello se hace necesario adquirir experiencia laboral para desenvolverse en la vida profesional y es través de las prácticas donde se ejerce y se aplican conocimientos aprendidos durante la carrera para tener la capacidad de afrontar nuevos retos.

El presente informe pretende describir el proceso realizado en el periodo de práctica profesional del programa de Comercio Internacional de la Universidad Antonio Nariño sede Tunja, en el cual se mencionan las actividades relacionadas con la gestión de reuniones, apoyo administrativo, manejo de bases de datos, organización de misiones empresariales y participación en ferias comerciales, las cuales hacen parte del propósito misional de la entidad permitiendo así, el objetivo de facilitar los acercamientos comerciales y el fortalecimiento entre empresas afiliadas a la cámara binacional, tanto en el territorio colombiano como en el país chileno.

1. Diseño de la Investigación

1.1 Problema

1.1.1 Descripción del problema

Colombia sostiene un tratado de libre comercio con Chile el cual busca fortalecer las relaciones comerciales, dicho tratado tiene como objetivo central la creación de un espacio económico más amplio que permita la libre circulación de productos, servicios e inversiones. Sin embargo en la actualidad muchas empresas colombianas especialmente en el departamento de Boyacá desconocen las oportunidades que existen con el mercado chileno al igual que los beneficios que a través del tratado de libre comercio pueden obtener, las micro medianas y pequeñas empresas no tienen la capacidad económica para desplazarse hacia el mercado de Chile a realizar investigaciones de mercado que les permita identificar oportunidades para sus productos y servicios, por otra parte existe un desconocimiento acerca de una entidad como lo es la Cámara Colombo Chilena, la cual les podría apoyar en la gestión y visibilizar negocios con dicho país; en ese sentido surge la siguiente pregunta:

1.1.2 Formulación del problema

¿Cuál es el impacto para las empresas chilenas y colombianas, implementar relaciones comerciales con miras a la internacionalización por medio de los servicios de la cámara de comercio binacional?

1.2 Justificación

En el programa de Comercio internacional de la universidad Antonio Nariño brinda la oportunidad de realizar la práctica empresarial gracias a los convenios educativos sostenidos con entidades públicas y privadas, cuyo propósito es la terminación del proceso académico logrando nuevos conocimientos en el campo laboral, formando profesionales íntegros y competitivos con excelentes bases para ser exitosos.

Al realizar esta práctica empresarial en la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena entidad de gran relevancia que potencializa el desarrollo social y económico, los cuales se ejecutan por medio estratégico de acercamientos y vínculos entre las empresas afiliadas, en donde la labor de los futuros profesionales en Comercio Internacional exige actividades que demanden compromiso, puntualidad, entrega, disciplina y trabajo en equipo; aplicando los conocimientos adquiridos en el proceso académico.

La Cámara Colombo Chilena, es una entidad gremial que ha ido presentando un crecimiento sostenido en sus nueve años de trayectoria, debido a la gestión comercial y servicios ofrecidos, a pesar de ser relativamente joven en el sector, ha generado acercamientos comerciales importantes para empresarios colombianos y chilenos.

1.3 Objetivos

1.3.1. Objetivo general

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

1.3.2. Objetivos específicos

- Brindar apoyo en los diferentes procesos que se llevan a cabo en la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena.
- Elaborar base de datos de empresarios colombianos y chilenos que faciliten el proceso de contacto, vínculos comerciales para que el proceso sea más efectivo.
- Promover acercamientos comerciales entre empresas colombianas y chilenas, a través de la gestión de misiones comerciales.
- Fortalecer las relaciones comerciales existentes entre los afiliados de la Cámara colombo chilena, así como promover la generación de nuevos planes de trabajo y estrategias.

2. Marco Referencial

2.1 Marco teórico

2.1.1 Teoría de La Ventaja Absoluta

Según el autor Adam Smith publicó en 1776, (Smith, 2018) el libro titulado “*La riqueza de las naciones*”, “el tema de la competitividad ha sido el centro de análisis de los negocios como un concepto relacionado a la ventaja comparativa de la producción y precios para una economía del mercado de un país en contraste con otro”.

Cabe resaltar que las teorías económicas clásicas son las que en realidad dieron su verdadera forma al concepto de la competitividad, pero que con el paso del tiempo la tendencia ha ido modificando las condiciones a las que los participantes deben de adaptarse, desde el nivel internacional hasta el doméstico, incorporando nuevos elementos en su terminología, tales como los cambios tecnológicos, productivos y organizacionales.

La Cámara Colombo Chilena se ubica en el nivel microeconómico, el cual se adapta a la concepción de la empresa que para ser competitiva requiere un mayor desarrollo de servicios de alta calidad, con costos inferiores a la competencia, contribuyendo a una remuneración adecuada de los empleados y a un mayor rendimiento para los afiliados.

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:** Es un acuerdo entre dos empresas independientes que comparten recursos con el fin de lograr un objetivo común.
- **Acuerdo Comercial:** Convenio entre dos o más países en virtud del cual las partes firmantes se conceden mutuamente condiciones favorables en materia comercial y aduanera.
- **Arancel:** Es un impuesto que se aplica solo a los bienes que son importados o exportados.
- **Apertura Comercial:** Reducción o eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias, tendientes a la participación frontal de la globalización.
- **Exportación:** Salida de mercancías de un territorio aduanero con destino al extranjero, aun cuando hayan sido almacenadas en zonas francas.
- **Importación:** Es la introducción de mercancías de procedencia extranjera de bienes a un territorio aduanero nacional.
- **Incoterms:** Son normas acerca de las condiciones de entrega de las mercancías.
- **Gestión Comercial:** Es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior mediante una serie de técnicas y recursos.

2.3. Marco Legal

- ✓ **Decreto 1165 de 2019:** (MINISTERIO DE COMERCIO, 2019) El presente decreto consolida y recopila la legislación aduanera vigente e incluye nuevos componentes en materia de facilitar el comercio.

- ✓ **Decreto 410 de 1971 (Código del Comercio de Colombia):** (SENADO, 2019) Es el conjunto de elementos unitarios y sistematizados; con el objetivo de regular las relaciones mercantiles y comerciales.
- ✓ **Código del Comercio Chile:** (NACIONAL, 2014) Rige las obligaciones de los comerciantes que se refieren a operaciones mercantiles con el fin de asegurar el cumplimiento de estas.
- ✓ **Acuerdo de Libre Comercio Chile - Colombia:** (MINCOMERCIO, TLC CHILE - COLOMBIA, 1994) Permite ampliar y dinamizar las relaciones bilaterales, que incluye el universo arancelario en un programa de desgravación arancelario basado en el beneficio de sus economías de los dos países.
- ✓ **TLC Alianza del Pacifico:** (MINCOMERCIO, TLC Alianza Del Pacifico, 2017) Es el área de integración que impulsa un mayor crecimiento, desarrollo y competitividad de las economías que la integran.
- ✓ **Ley 1189 de 2008:** Por medio de la cual **Ley 80 de 1993** La presente Ley tiene por objeto disponer las reglas y principios que rigen los contratos de las entidades estatales.

2.4. Marco geográfico

La práctica empresarial se llevó a cabo en la ciudad de Bogotá en la Cámara de Industria y Comercio Colombo Chilena, ubicada en la Avenida Calle 100 No. 8A - 55 Torre C. (Ver Ilustración 1)

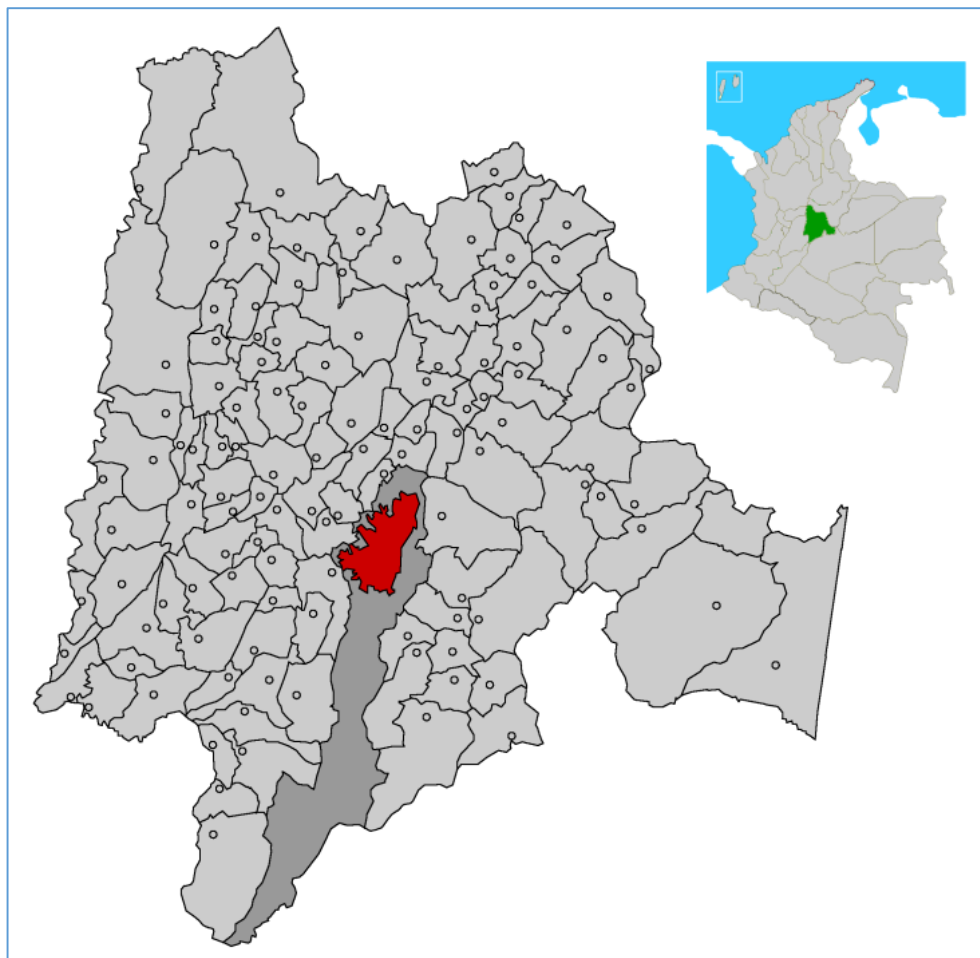


Ilustración 1. Ubicación geográfica Santa Fe de Bogotá (Gobernación de Cundinamarca 2020)

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 fomenta, promueve y fortalece relaciones comerciales entre empresas chilenas y colombianas.

- **Cámara de Comercio de Bogotá:** Es una institución privada sin ánimo de lucro; el cual se encarga de administrar los registros mercantiles de las empresas que son creadas en Bogotá.
- **ProChile:** Es la institución encargada de promover las exportaciones de productos y servicios de Chile.
- **ProColombia:** Es la entidad encargada de promover el turismo, la inversión extranjera y las exportaciones en Colombia.
- **Universidad Antonio Nariño:** Es una entidad privada de educación superior de Colombia.
- **Sena:** Es un establecimiento público de orden nacional, que ofrece formación gratuita en Colombia.
- **DIAN:** Es la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales que garantiza la seguridad fiscal y la protección de orden público económico nacional en Colombia.

3. Proceso que desarrolla la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena

La cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena, es una entidad gremial sin ánimo de lucro, que tiene como fines principales promover, fomentar y fortalecer las relaciones comerciales e inversión de ambos países; empresas colombianas y chilenas.

La cámara colombo chilena se compone por el área comercial Colombia y Chile, área de inversión y área de comunicaciones. (Ver anexo 1, anexo 2. anexo 3, anexo 4)

3.1. Misión

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

3.2. Visión

Queremos ser la cámara binacional referente y admirada en la región, por agregar valor e impulsar la dinámica del mercado mediante la innovación.

3.3. Reseña histórica

La Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena inició sus actividades en el año 2009, desde sus inicios la organización se ha dedicado a la agremiación y promoción de las relaciones comerciales entre empresas chilenas y colombianas.

En su inicio la cámara binacional, contaban con pocos colaboradores y empresas afiliadas. Progresivamente fueron aumentando el talento humano, instalaciones y afiliaciones,

es importante señalar, que desde sus inicios la Cámara Colombo Chilena ha optado por hacer parte del equipo de trabajo a practicantes de distintas universidades del país, donde brindan la posibilidad de continuar con la organización en algunos de las áreas de trabajo.

La Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena continúa su crecimiento y aumentando no solo el número de colaboradores sino también el número de empresas afiliadas, igualmente, sigue su labor de agremiar, promover y fortalecer las relaciones e inversiones de empresas chilenas y colombianas.

3.4. Servicios empresariales

- **Agenda de Negocios:** La cámara binacional organiza reuniones con inversionistas potenciales, compradores o proveedores con el propósito de dar inicios a nuevos negocios entre las empresas.
- **Asesoría en proyectos de inversión:** La entidad promueve las relaciones de inversión entre Colombia y Chile con el objetivo de satisfacer los requerimientos de las compañías nacionales o extranjeras que requieran un socio en cualquier de los dos países en temas ambientales, logístico, minero y energético, entre otros.
- **Bases de Datos:** La cámara colombo chilena entrega información requerida por la empresa afiliada, que permite una mejor gestión comercial y de marketing en el momento de identificar contactos a los que se debe alcanzar.
- **Estudios de Mercado:** La organización compila información en diferentes variables que le permitan al empresario conocer el comportamiento y las tendencias del mercado con el propósito de análisis y realizar toma de decisiones a partir de la información suministrada.

- Misiones Empresariales: Disponen a sus afiliados en contacto directo con compañías chilenas o colombianas, para que conozcan la dinámica del mercado de interés, identificando y desarrollando oportunidades empresariales.
- Plan Apoyo Exportador a Colombia: La cámara binacional ofrece sus servicios de tendencia del mercado, requisitos de acceso, perfil del consumidor, competencia, precio del producto, promoción y lista de contactos sugeridos.
- Plan Apoyo Exportador a Chile: La cámara Colombo Chilena ofrece sus servicios de tendencia del mercado, requisitos de acceso, perfil del consumidor, competencia, precio del producto, promoción y lista de contactos sugeridos.
- Producción y Organización de Eventos: La entidad en el área de comunicaciones produce eventos de diversas magnitudes en el ámbito relacionado con temas de interés comercial, inversión, jurídico o social, para clientes asociados o particulares privados.

3.5. Planes de afiliación

La Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena ofrece tres planes para las empresas afiliadas, según el plan se estructura y se organiza durante el semestre el número de reuniones y bases de datos de acuerdo a los requerimientos del empresario.

- Plan A: Consta de un mínimo de 12 reuniones y Base de Datos de 30 contactos.
- Plan B: Consta de 8 Reuniones en el semestre y Bases de Datos de 60 contactos.
- Plan C: Consta de Base de Datos de 100 contactos durante el semestre.

3.6. Equipo de trabajo



Ilustración 3. José Palma.
Presidente Ejecutivo. Cámara
Colombo Chilena 2020.



Ilustración 2. Carolina Orjuela.
Subdirectora Ejecutiva en Chile.
Cámara Colombo Chilena 2020.



Ilustración 4. Johanna Cruz.
Directora Comercial. Cámara
Colombo Chilena 2020.



Ilustración 5. Nancy Beltrán.
Coordinadora Comercial. Cámara
Colombo Chilena 2020.



Ilustración 6. Daniela Cárdenas. Directora de Comunicaciones y Mercadeo. Cámara Colombo Chilena 2020.



Ilustración 7. Vanessa Vargas. Directora de Nuevos Negocios. Cámara Colombo Chilena 2020.



Ilustración 8. Jessica Correa. Asistente Presidencia. Cámara Colombo Chilena 2020.

3.7. Estructura organizacional

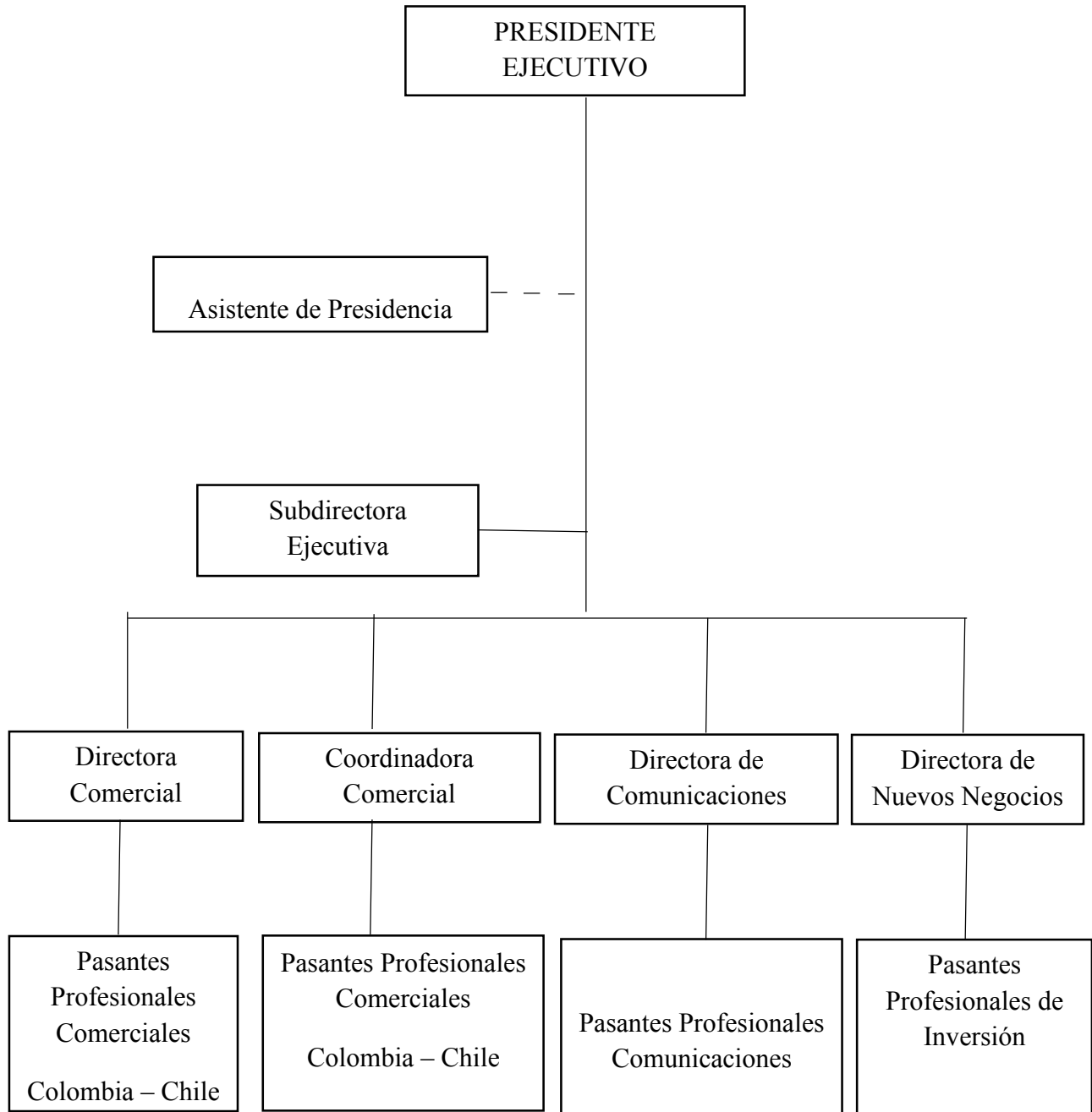


Ilustración 9. Estructura organizacional de la CCICC. Elaboración propia.

3.8. Cargo

Pasante en el área comercial de la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena desempeñando el cargo de profesional comercial 1.

3.8.1 Funciones del pasante

- Visitas a las empresas afiliadas: El pasante realiza una visita previa a las instalaciones de las empresas asignadas con el objetivo de conocer a las personas con las que se realizara la comunicación durante el tiempo de pasantía, además recibir una capacitación acerca de la empresa y su interés; planes de trabajo, cargos requeridos, prospectos de nuevas empresas para generar contacto y posibles eventos para realizar apoyo durante el semestre.
- Agenda de reuniones: El pasante se encarga de la planificación y coordinación de la agenda dependiendo de la disponibilidad de las partes, el cual contiene un mínimo y un máximo de reuniones respecto al tipo de plan que maneje la empresa afiliada. Esta información es enviada a los empresarios con los respectivos datos solicitados y verificando el resultado del encuentro empresarial por medio de un informe de gestión que es entregado cada vez que el empresario lo solicite.
- Bases de Datos: El profesional comercial elabora bases de datos para las empresas a cargo, solicitando información requerida por las compañías en el cual permite una gestión comercial más efectiva.
- Misiones empresariales: El profesional comercial realiza la investigación, planificación y coordinación de la agenda de reuniones con empresas de interés, la

cual permite tener un contacto directo con empresas chilenas o colombianas, dependiendo del requerimiento del afiliado.

- Apoyo empresarial: El pasante brinda el acompañamiento y seguimiento a las empresas afiliadas en los acercamientos comerciales u otros aspectos comerciales que requiera el empresario.
- Investigaciones en estudios de mercado y estrategias: El pasante compila información y datos relevantes, mediante entregas de informes sobre el objeto de estudio y estudia estrategias de mejoramiento de posición de las compañías.

4. Apoyo en los diferentes procesos de la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena

El profesional comercial de la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena, desempeña un rol importante dentro la organización, ya que es la persona encargada de realizar toda la gestión correspondiente desde la investigación de los datos y contactos del cargo correspondiente para lograr concretar un encuentro con el objetivo de un acercamiento comercial efectivo entre empresa afiliada y empresa de interés.

En el proceso se realiza agendamiento de reuniones, bases de datos, misiones empresariales, investigaciones y estudios de mercado, seguimiento y acompañamiento a cada una de las empresas asignadas:

4.1. Empresas asignadas

Durante el proceso de pasantía fueron asignadas siete empresas para desarrollar las funciones requeridas y propuestas por la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena:

4.1.1. Hidrolab



Ilustración 10. Empresa Afiliada Hidrolab, (Hidrolab 2020)

Es un laboratorio especializado en realizar análisis fisicoquímico y microbiológico en matrices como (agua, suelos, alimentos), además cuenta con los siguientes servicios: análisis por absorción atómica, análisis microbiólogos, análisis por cromatografía, asistencia en muestreos y capacitación.

Cargo requerido: Gerente o Jefe de Calidad o Ingeniero Medio Ambiental.

Durante el proceso de pasantía la gestión comercial con la empresa afiliada HIDROLAB; se fundamentó en agendamiento de reuniones basada en una lista de empresas importantes del sector económico de alimentos y cementeras del país, además bases de datos de empresas solicitadas con el cargo requerido para gestión comercial por parte de los empresarios, de acuerdo a esto se evidencio reuniones importantes con empresas como: Súper Ricas, Maxialimentos, Dulces la Americana, Supraceites, Argos entre otras compañías relevantes en el desarrollo comercial y empresarial.

4.1.2. Mandomedio



Ilustración 11. Empresa afiliada Mandomedio, Mandomedio 2020

Es una compañía especializada en brindar acompañamiento a las empresas en la búsqueda, evaluación y desarrollo de sus gerentes, jefes y profesionales en Chile, Perú, Colombia y México. Además ofrece soluciones tecnológicas enfocadas en la optimización de la comunicación al interior de las empresas.

Cargo requerido: Gerente / Director de Recursos Humanos, Gerente / Director de Comunicaciones Internas.

La gestión comercial desarrollada con la empresa afiliada MANDOMEDIO, se basó en agendamiento de reuniones con compañías potenciales del país ubicadas en ciudades importantes de Colombia con enfoque multisectorial, las empresas contactadas fueron remitidas por parte de los empresarios que tenían grandes intereses de generar los acercamientos comerciales, en este proceso se agendaron reuniones con empresas como: Latam, Unilever, Basc Bogotá, Colchones Paraíso, Despegar, Congrupa S.A. entre otras empresas. Como complemento a la gestión se remitieron contactos (Base de Datos) de los cargos requeridos por MANDOMEDIO; Recursos Humanos y Comunicaciones Internas para ser gestionados por los empresarios de diferentes sectores económicos, también se realizó una misión durante el proceso de pasantía en el cual se fundamentó en la llegada de un empresario chileno a la ciudad de Bogotá, con el fin de realizar reuniones importantes que se llevaron a cabo con éxito.

4.1.3. Rankmi



Ilustración 12. Empresa afiliada Rankmi, Rankmi 2020

Es una plataforma web que permite recopilar información sobre los procesos de desarrollo organizacional de las compañías, facilitando la toma de decisiones en las distintas áreas, gracias a las múltiples herramientas de análisis que poseen.

Cargo requerido: Gerente de Recursos Humanos.

El plan de trabajo comercial con la empresa afiliada RANKMI, se basó en generar acercamientos comerciales con empresas potenciales de cualquier rubro, las empresas contactadas fueron remitidas por los empresarios que se mantuvo contacto durante la pasantía, las empresas contactadas tenían que ser grandes con un número de empleados bastante amplio por el servicio que RANKMI ofrece, algunas de las empresas contactadas con las que se logró obtener un acercamiento comercial efectivo fueron: Avianca, Isagen, Grupo Bios, Valorem, Enel, Cueros Vélez entre otras, al igual se realizaron dos misiones durante el tiempo de la pasantía, misiones que fueron realizadas en la ciudad de Bogotá y en la ciudad de Medellín. Además se remitieron bases de datos de 10 contactos semanales con un total de 60 contactos de acuerdo a los requerimientos por parte del empresario como cargo requerido, compañías grandes multisectorial y ubicadas en las principales ciudades de Colombia.

4.1.4. Castillo & Asesores S.A.S.



Ilustración 13. Empresa afiliada Castillo & Asesores, Castillo & Asesores 2020.

Es una firma de contadores con más de 25 años de experiencia en compañías multinacionales, donde ha trabajado en las áreas contables, financieras, nomina, impuestos, auditoria, revisoría fiscal, implementación de las NIIF y solicitud de saldos a favor en impuestos.

Cargo requerido: Gerente General, Gerente Financiero.

La gestión comercial realizada con CASTILLO & ASESORES S.A.S. se fundamentó en generar acercamientos comerciales mediante una lista de las principales empresas exportadoras del país de acuerdo al servicio fuerte de la empresa afiliada como lo es la devolución de saldos a favor. Durante el proceso se presentó un nuevo plan de trabajo para la empresa con el fin de ser más eficiente la gestión comercial y el desarrollo de nuevos negocios para CASTILLO & ASESORES S.A.S., además se brindó apoyo y seguimiento a cada uno de los requerimientos por parte del empresario en cuanto a investigaciones de mercados, referencias de nuevas empresas y contactos requeridos.

4.1.5. Rosen



Ilustración 14. Empresa afiliada Rosen, Rosen 2020.

Rosen es una empresa multinacional chilena, dedicada a la fabricación y comercio de colchones, textiles y muebles para el hogar y el descanso. Tiene su casa matriz en Santiago de Chile y comercializa sus productos en 11 países de Latinoamérica.

Cargo requerido: Gerente General.

La gestión comercial con la empresa afiliada ROSEN, se basó en realizar un continuo seguimiento a cualquier solicitud por parte del empresario en el cual no se manifestó en las relaciones comerciales y en ningún tipo de requerimiento sin embargo es una empresa activa en el mercado por el cual continuaba afiliada a la entidad por intereses diferentes a los servicios ofrecidos.

4.1.6. In Motion



Ilustración 15. Empresa afiliada In Motion , In Motion 2020.

Empresa chilena con 20 años de experiencia en la provisión de soluciones con tecnología de punta para grandes proyectos tecnológicos, cuentan con certificaciones con ISO 9001 e ISO 20000. Esta compañía ofrece servicios innovadores en diferentes campos como: Cloud, Educación, Proyectos, Representaciones y Seguros & TI.

Cargo requerido: Gerente de Tecnología / Marketing.

Se apoyó la gestión comercial de la empresa afiliada IN MOTION, mediante el envío de Bases de Datos semanales de 15 contactos del cargo requerido Gerente de Tecnología, de cualquier rubro y empresas ubicadas de las principales ciudades del país como: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga. Además se remitieron contactos adicionales de cargos de servicio al cliente, marketing y operaciones. Durante el proceso se evidencio

agendamiento de reuniones acompañamiento y seguimiento a la empresa para el óptimo desarrollo de la gestión comercial.

4.1.7. Atentus



Ilustración 16. Empresa afiliada Atentus, Atentus2020.

Atentus es una compañía de soluciones tecnológicas que permiten mejorar la calidad de la experiencia Web de los usuarios finales. Se han posicionado como la principal empresa en soluciones de visibilidad en Chile, Argentina, Colombia, México, Perú, Uruguay.

Cargo requerido: Gerente de Tecnología.

Durante la pasantía se apoyó la gestión comercial de la empresa afiliada ATENTUS, mediante agendamiento de reuniones con empresas remitidas por el empresario, listas de empresas de sectores como: Comercializadoras, Universidades, Clínicas, Juegos de Azar y Entidades Públicas, de acuerdo a esto se evidencia acercamientos comerciales con Metro Medellín, Royal Films, Universidad del Norte, Universidad del Atlántico, Clínica Shaio, Tebsa, Dian, entre otras empresas. Adicional a la gestión se apoyó en una misión empresarial en la ciudad de Medellín, y se remitieron bases de datos de empresas Comercializadoras y Universidades más importantes del país.

4.2. Acercamientos comerciales

El proceso de agendamiento de reuniones es una de las fases más importantes de los servicios de la Cámara Binacional para sus afiliados a partir de este proceso se logra posibles nuevos negocios, creación de nuevos contactos y la internacionalización de las empresas.

Los acercamientos comerciales son organizados por el profesional comercial seguido de un paso a paso propuesto por la Cámara Colombo Chilena:

- **Planificación:** Se realiza de acuerdo a los requerimientos del empresario persona con la que se mantiene el contacto más cercano de la empresa asignada durante los 6 meses de pasantía, mediante una comunicación directa, el empresario brinda la lista de empresas para contactar o el profesional remite una lista de empresas posibles para ser objeto de estudio (filtro), de acuerdo al sector económico o rubro pertinente para la empresa afiliada.
- **Investigación:** Luego de la planificación, se procede a realizar la búsqueda e investigación de los datos por medio de plataformas digitales, páginas web, redes sociales empresariales y libros, con la información solicitada por la empresa (cargo requerido, sector económico) estos datos son seleccionados profesionalmente, asegurando que la contraparte responda al perfil que busca el empresario.
- **Coordinación:** En este proceso se realiza un primer acercamiento con la empresa filtrada por los empresarios afiliados, ya obteniendo los datos se remite correos de presentación dando a conocer la empresa y el motivo por el cual se está contactando y los beneficios mutuos que podrían llegar a tener, se realiza llamadas de seguimiento al cargo

requerido solicitando la reunión o encuentro empresarial, dependiendo de la disponibilidad del empresario se coordina la agenda para las dos partes.

- **Agenda de Negocios:** El profesional comercial realiza el agendamiento de las reuniones o videoconferencias en caso de que la empresa se encuentre en otra ciudad y el empresario no pueda viajar por temas de agenda, se verifica la información para asegurar que el encuentro sea efectivo.
- **Seguimiento:** Se realiza un respectivo seguimiento de la reunión, verificar que el encuentro se haya realizado de la mejor manera y estar atentos en caso de que se presente un contratiempo.

La agenda de negocios es organizada con inversionistas potenciales, compradores o proveedores para dar inicio a nuevos negocios de empresas chilenas y colombianas.

Durante la pasantía se evidencio agenda de negocios con grandes empresas, compañías multinacionales con un alcance potencial importante en la economía del país, algunas de las empresas con las que se logró realizar agenda de reuniones fueron: Bancolombia, Avianca, Terpel, Unilever, Latam, Tigo Une, Enel, Cargill y entre otras. Como fue mencionado anteriormente en cada una de las gestiones comerciales de las empresas asignadas.

4.2.1. Formato de agendamiento de reuniones

La agenda de reuniones es realizada por Gmail o Outlook de acuerdo a los empresarios y el formato es propuesto y alineado por la Cámara Binacional incluido el tipo de letra, tamaño y color. Si el encuentro es por videoconferencia se agrega el link de la plataforma en el que se realizara la reunión:

Tabla 1.

Formato Agenda de Reuniones

<p style="text-align: center;">Reunión Confirmada</p> <p>Día: Miércoles 16 de Octubre de 2019</p> <p>Hora: 02:00 p.m.</p> <p style="text-align: center;">Empresa: LATAM</p> <p>Contacto: María Fernanda Toro Contreras</p> <p>Cargo: Analista de Capacitación y Contratación</p> <p>Dirección: Carrera 11 B No. 99 – 25, Piso 14, Bogotá</p> <p>Correo: mariafernanda.toro@latam.com</p> <p>Tel: (+57) 1 7470909</p> <p style="text-align: center;">Empresa afiliada: MANDOMEDIO</p> <p>Contacto: Julie Mateus</p> <p>Cargo: Encargada Comercial</p> <p>Correo: jmateus@madomedio.com</p> <p>Tel: (+57) 1 3004627</p>

Fuente: Cámara Colombo Chilena 2020.

4.3. Bases de datos

Este servicio de la Cámara colombo chilena es realizado mediante los tipos de planes que tenga la empresa afiliada, de acuerdo a esto las empresas emiten cuando o como enviar las

bases de datos durante el semestre y es acordado con el pasante en el momento que se realiza la presentación y en el plan de trabajo.

Las Bases de Datos son una herramienta complementaria e importante dentro del proceso de promover las relaciones comerciales entre las empresas chilenas y colombianas, por lo tanto las bases de datos contienen los siguientes aspectos importantes para poder tener un acercamiento comercial más efectivo:

- ✓ Sector Económico
- ✓ Nombre de la Empresa
- ✓ Contacto
- ✓ Cargo (Requerido por cada una de las empresas)
- ✓ Correo Electrónico
- ✓ Teléfono
- ✓ Dirección
- ✓ Ciudad
- ✓ Página Web
- ✓ Comentarios (Indicando observaciones relevantes para el empresario)

Las Bases de Datos son construidas de la siguiente manera:

- El profesional Comercial, realiza una investigación de las empresas filtradas y empresas que cumplan con los requerimientos propuestos del empresario, para obtener información que permita conseguir los cargos requeridos, estos contactos son solicitados por llamada telefónica, correos y en casos especiales se dirige una carta a la empresa solicitando la información.

- En el momento de obtener toda la información verificada y completa, se digita en una tabla de Excel de acuerdo a los parámetros brindados por la entidad que contiene el tipo de letra, tamaño, color y ortografía. Estas Bases de Datos son realizadas dependiendo del número de contactos del plan de las empresas y los envíos se realizan en un pleno acuerdo con el empresario.
- Las Bases de Datos enviadas a los empresarios son gestionadas por ellos, en este orden el Profesional Comercial no puede realizar gestión con las mismas empresas o con autorización del empresario para apoyar la gestión.

En el proceso, las Bases de Datos eran enviadas respecto a cada empresa asignada, en el caso de la empresa IN MOTION se remitía Bases de Datos semanales de quince contactos verificados, planteado así con el empresario, las demás empresas solicitaban los contactos de manera masiva.

La siguiente tabla muestra el formato de Base de Datos (Tabla 2)

Tabla 2.

Formato Base de Datos.

Nº	SECTOR	EMPRESA	CONTACTO	CARGO	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO	DIRECCIÓN	CIUDAD	PÁGINA WEB
1	Industria	CARVAJAL EMPAQUES S.A.	Eliseo Carrillo	Director de Gestión Humana	eliseo.carrillo@carvajal.com	(571) 4100400	Avenida el Dorado No. 90 - 10	Bogotá	www.carvajalempaques.com
2	Cosméticos	BELCORP	Bruna María Bocci	Gerente de Gestión Humana	bbocci@belcorp.biz	(571) 5930404	Calle 113 No. 7 - 80, Torre AR, Oficina 702	Bogotá	www.belcorp.biz
3	Financiero	BANCO AGRARIO DE COLOMBIA	Andrés Lozano Karanauskas	Vicepresidente de Planeación	andres.lozano@bancoagrario.gov.co	(571) 5945555 Ext. 3091	Carrera 8 No. 15 - 42, Piso 9	Bogotá	www.bancoagrario.gov.co
4	Agencia de Viajes	DESPEGAR	Jorge Arana	Gerente de Gestión Humana	jarana@despegar.com	(571) 6461590 Ext. 3354	Carrera 106 No. 15 A - 25, Manzana 15	Bogotá	www.despegar.com.co
5	Servicios	SODEXO	Laura Chaparro	Jefe de Formación	laura.chaparro@sodexo.com	(571) 7421460 Ext. 1243	Carrera 7 No. 127 - 48, Piso 5, Edificio 128	Bogotá	www.co.sodexo.com
6	Industria Asfáltica	PAVCOL	Catalina García	Directora de Talento Humano	catalina.garcia@pavcol.com	(571) 3760030 Ext. 1122	Avenida 82 No. 10 - 50, Piso 9	Bogotá	www.pavimontoscolombia.com
7	Hoteles	HOTEL COSMOS	Natalia Maldonado	Generalista de Recursos Humanos	natalia_maldonado@hotelescosmos.com	(571) 6464000 Ext. 250	Calle 100 No. 19 A - 83, Piso 3	Bogotá	www.hotelescosmos.com
8	Industria	COLCERÁMICA S.A.S.	Ana María Echeverry	Jefe de Gestión Humana Integral	contactenoscorona@corona.com.co	(571) 6446500	Calle 99 No. 10 - 08	Bogotá	www.empresa.corona.co
9	Automotriz	GM COLMOTORES S.A.	Juanita Bejarano	Vicepresidenta de Recursos Humanos	juanita.bejarano@conexiones.com.co	(571) 7400111	Calle 56 A Sur No. 36 A - 09	Bogotá	www.chevrolet.com.co
10	Industria	POLIPROPILENO DEL CARIBE S.A.	María Inés Hurtado	Vicepresidente de Talento	maria.hurtado@esenttia.co	(571) 5960212	Carrera 10 No. 28 - 49	Bogotá	www.esenttia.co

Fuente: Cámara Colombo Chilena 2020.

4.4. Misiones empresariales

El propósito de las misiones empresariales es poner en contacto directo a los afiliados con compañías chilenas o colombianas, para conocer en mutuo acuerdo la dinámica del mercado de interés y potencializar las oportunidades empresariales.

Las misiones empresariales son agendas de reuniones en un país diferente o una ciudad que no sea donde se encuentra la compañía ubicada, en este orden las misiones empresariales se desarrollan cuando los empresarios chilenos o colombianos tienen dentro de sus objetivos realizar viajes de negocios a ambos países en un mes y fechas destinadas, esta agenda se

coordina en un mínimo y máximo de reuniones distribuidas en los días que estarán disponibles.

El proceso de las misiones comerciales es la fusión de los anteriores servicios que conforman los planes de trabajo mediante la búsqueda, investigación, planificación y coordinación realizadas por el Profesional Comercial.

Las misiones comerciales tienen el proceso de agendamiento de reuniones en fechas estipuladas por los empresarios que vendrán al país a ciudades importantes, el proceso es relativo a la gestión comercial y la misma dinámica, se realiza una investigación previa de empresas para contactar acorde con los requerimientos del empresario, se realiza el respectivo filtro y se inicia con la búsqueda de los contactos, luego se generan los primeros acercamientos dando a conocer la importancia que tiene para la empresa afiliada el acercamiento comercial.

Los acercamientos comerciales dentro de las misiones empresariales tienen un óptimo resultado desempeñado por el pasante, ya que de manera presencial o virtual realiza el acompañamiento antes y después del encuentro, de igual forma en el momento de confirmar las reuniones se brinda una breve introducción de los temas que darán a conocer en la reunión y adicional en los correos y en las llamadas de seguimiento se manifiesta el gran interés y se da a conocer la empresa afiliada, los motivos por el cual es importante generar estos encuentros comerciales para las dos empresas dado que en muchas de estas reuniones logran concretar negocios importantes.

A lo largo de la pasantía se realizaron misiones empresariales; empresas como RANKMI empresa chilena, realizaron durante el semestre dos misiones, fueron generados por viaje de

negocios donde el empresario chileno estaría en Colombia. En el mes de agosto se realizó misión comercial en la ciudad de Bogotá durante tres días en el cual se evidencia agendas de negocios con empresas importantes, durante el mes de noviembre el empresario (Gerente de Negocios Internacionales) realizó un nuevo viaje a la ciudad de Medellín por una semana en la cual se lograron agendas de reuniones importantes con nuevos negocios para la empresa afiliada.

Las empresas afiliadas HIDROLAB, MANDOMEDIO, ATENTUS, también realizaron misiones empresariales durante el semestre con un balance de reuniones efectivas concretando negocios nuevos de gran relevancia para las partes.

5. Fortalecimiento de relaciones comerciales afiliadas a la Cámara Colombo Chilena

El fortalecimiento de las relaciones comerciales de las empresas afiliadas a la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena es fundamental para el proceso comercial y de internacionalización de cada una de las empresas que forman parte de esta entidad y de las empresas que conozcan estas organizaciones con propósitos de expandir sus mercados y gestionar oportunidades de negocios.

El Profesional Comercial con acompañamiento de los directivos planifica estrategias día a día para el mejoramiento continuo de los procesos desempeñados, con apoyo de los conocimientos de cada pasante de Comercio Internacional.

Las estrategias son realizadas de acuerdo a cada necesidad o puntos débiles que tenga cada empresa afiliada frente al desarrollo y alcance de las gestiones comerciales, se realiza un estudio previo de cada empresa en coordinación con el empresario o en ocasiones se realizan nuevos planes de trabajo con el fin de ser presentados a la compañía donde analizan y aprueban los planes de acción para el mejoramiento de la posición comercial y de marca de cada empresa.

5.1 Afiliaciones

Las afiliaciones a la Cámara Binacional se dan respecto a la necesidad que tiene las empresas chilenas y colombianas, en su mayoría las afiliaciones son de compañías chilenas que llegan al mercado colombiano y no tienen pleno conocimiento del ingreso al país, la entidad es el puente de comunicación y del proceso como intermediarios ofreciendo sus servicios para generar las relaciones comerciales y encontrar un mercado atractivo.

El principal motor de la entidad son sus clientes, por eso la implementación de estrategias y nuevas tácticas es indispensable para entender las necesidades y poder anticiparse a ellas, por lo tanto el desarrollo de estas es realizado minuciosamente con la capacidad de acoger y suplir las falencias de sus afiliados y promover a empresas no afiliadas la vinculación a la Cámara Colombo Chilena.

5.2 Planes de trabajo

A lo largo de la pasantía, se presentó un nuevo plan de trabajo a la empresa afiliada CASTILLO & ASESORES S.A.S., los motivos para el desarrollo del nuevo plan se encontró en la debilidad que la compañía tenía en cuanto al marketing digital (página web, brochure de presentación, imagen corporativa, artículos promocionales), la gestión comercial era más compleja por estos factores, los aspectos en el cual se enfocó el nuevo plan de trabajo para fortalecer los servicios actuales de la compañía y posicionamiento de la marca, se desarrolló vinculando a la compañía afiliada con el área de comunicaciones la cual se encarga de realizar imágenes corporativas, producción y organización de eventos y todos los temas relacionados. (Ver anexo 4)

La estrategia se enfocó en los siguientes puntos claves:

- Kit Marketing: Imagen corporativa, artículo promocional.
- Oferta – Área Comunicaciones: Brindar oferta de portafolio de servicios.
- Eventos: Eventos en el cual la empresa CASTILLO & ASESORES fueran participes como expositores.
- Clientes: Se basó en referenciar clientes potenciales antiguos y nuevos.

- Planes de Promoción: Se basó en incentivar a antiguos y nuevos clientes para comprar o adquirir de los servicios de la empresa afiliada.

El nuevo plan de trabajo se estudió detalladamente para ser presentado con los anteriores puntos de referencia al empresario mediante una reunión para la aprobación, publicación y ejecución de este, fue desarrollado mediante un cronograma de actividades durante el semestre.

5.3 Estudios de mercado y eventos empresariales

El estudio de mercado es un punto clave en el fortalecimiento y creación de estrategias ya que este servicio permite conocer a profundidad el comportamiento de clientes y del mercado global, con estos aspectos el Profesional Comercial en acompañamiento con los directivos, tiene la capacidad de tomar decisiones de manera asertiva acerca de la conveniencia y forma de negocio o internacionalización que puede seguir las empresas afiliadas generando un valor agregado y permanencia de las compañías en la cámara colombo chilena.

Además el pasante contribuye en este proceso de fortalecimiento mediante la comunicación constante con los empresarios e informando acontecimientos importantes tales como eventos que puedan participar, ruedas de negocios, entre otros. El Profesional Comercial se encarga de divulgar la información a sus empresas a cargo y el área de comunicaciones realiza la producción y organización de los eventos, durante el semestre se informó a los empresarios sobre eventos que los involucre y genere oportunidades de negocio y expansión de sus mercados, evento de “la noche del vino” fue un evento para todos los empresarios afiliados con el fin de generar nuevas alianzas comerciales entre los empresarios. (Ver anexo 5).

6. Conclusiones

La realización de la pasantía en la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena, fue una experiencia importante a lo largo de la carrera profesional ya que se puso en práctica conocimientos adquiridos, se logró enfrentar nuevos retos a nivel laboral y obtener conocimientos y habilidades en el área comercial.

El apoyo a la Cámara Binacional en el área comercial, permitió enfocar y desarrollar habilidades necesarias para la vida laboral de un profesional en Comercio Internacional, donde ser recursivos a la hora de una gestión comercial, creación de contacto, llamada, correos es importante y exige aspectos relevantes como la puntualidad, saber enfrentar de forma coherente y ética situaciones que se presentan en el medio y el dominio de habilidades comunicativas y sociales.

Es importante dar a conocer el trabajo que realiza la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena en el país generando nuevas alianzas comerciales entre las empresas, mediante sus servicios que contribuyen al desarrollo económico y social de compañías que ingresan al mercado colombiano o chileno.

Las actividades en el cual se enfoca principalmente la Cámara Colombo Chilena son acercamientos comerciales, creación de bases de datos, misiones empresariales e investigaciones para las empresas afiliadas por lo tanto la entidad es reconocida por estos servicios que genera un alto nivel de competitividad en el mercado para sus afiliados y como entidad gremial.

Durante la pasantía se apoyó a 7 empresas afiliadas, en los procesos de agendamiento de reuniones, creación de contactos, misiones empresariales e investigaciones y estrategias, en el cual se obtuvo acercamientos empresariales importantes para los afiliados alcanzando nuevos negocios y posicionamiento de la marca en nuevos mercados. El conocimiento de estas entidades es fundamental a la hora de internacionalizarse como empresa es por eso que la Cámara Binacional representa un medio que facilita este proceso conectando oportunidades e impulsando nuevas alianzas estratégicas para las empresas de los dos países.

7. Recomendaciones

Durante el proceso de pasantía se evidencio aspectos fundamentales que la entidad debe realizar mediante una mejora continua en cada una de los servicios para que sean más efectivos y en menos tiempo obtener buenos resultados, muchas de las labores realizadas por los profesionales comerciales son repetitivas y genera que el proceso de creación de bases de datos y acercamientos comerciales sea más extenso y menos eficaz.

Tener una plataforma que aglomere todas las bases de datos que día a día se realizan en la Cámara Binacional, que indique que empresas han sido contactas, efectivas en acercamientos comerciales y empresas que han rechazado las propuestas de un encuentro, además brindar capacitaciones continuas al personal que pertenece a la entidad de acuerdo a sus funciones y estimular pertenencia de forma profesional y ética de las labores desempeñadas.

8. 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 Unico de Informacion Normativa.
- NACIONAL, C. (2014). *Codigo del Comercio de Chile*. Santiago de Chile: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.
- SENADO, S. D. (2019). *CODIGO DEL COMERCIO COLOMBIANO*. Bogotá: Secretaria del Senado.
- Smith, A. (2018). *RIQUEZA DE LAS NACIONES*. Bogota: Filco.

9. Anexos

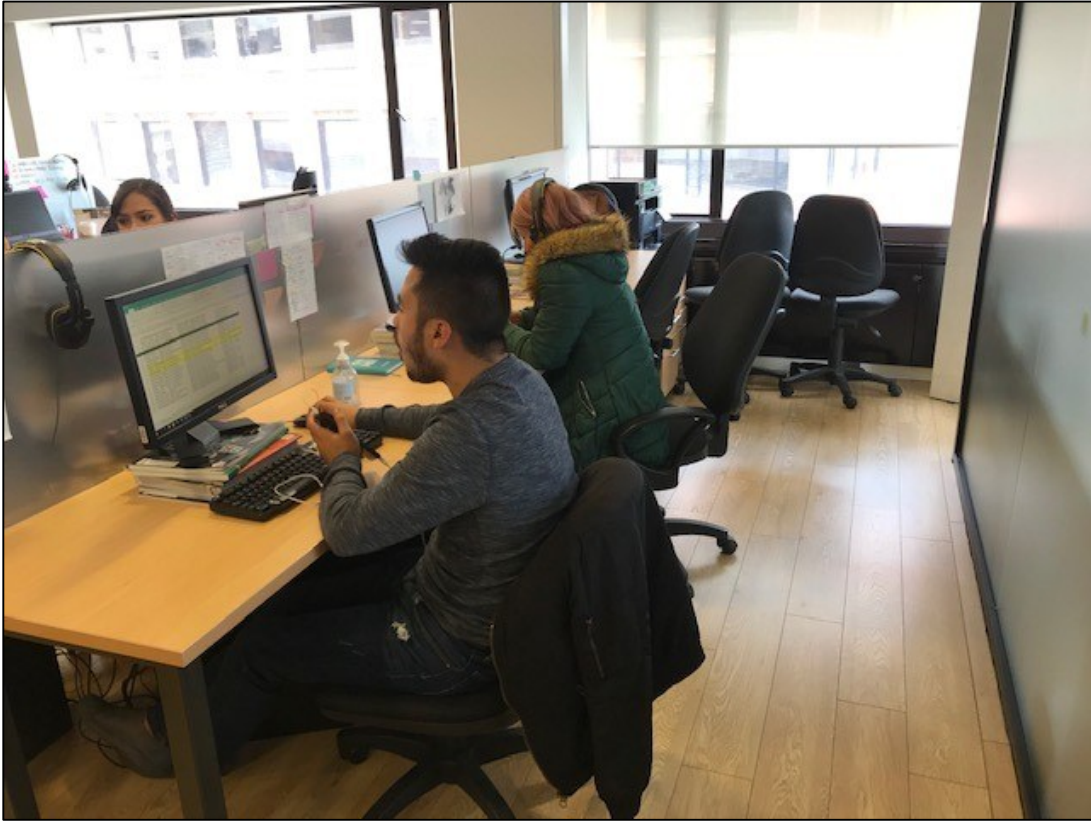
Anexo 1. Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena.



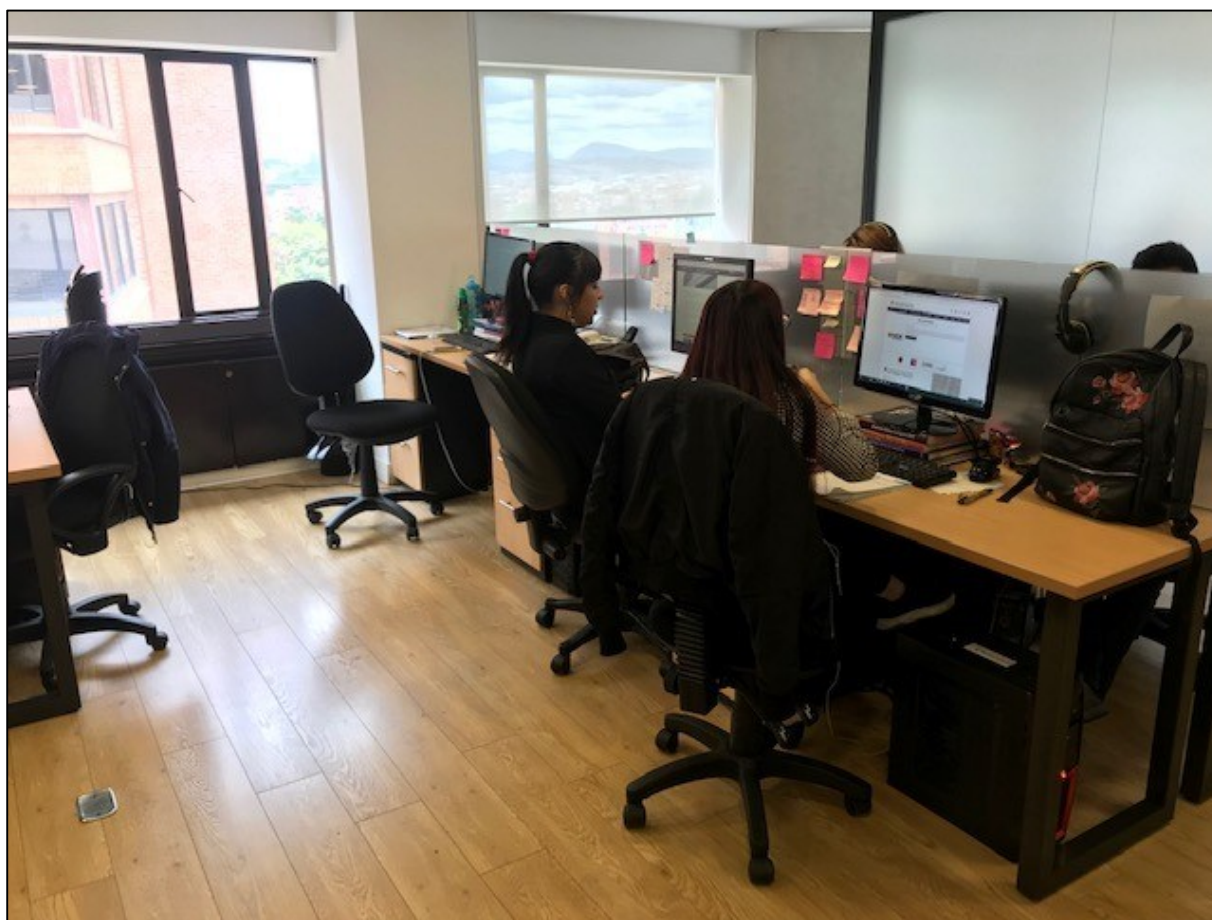
Anexo 2. Área Comercial Colombia y Área de Inversión, Cámara Colombo Chilena



Anexo 3. Área Comercial Chile, Cámara Colombo Chilena



Anexo 4. Área Comunicaciones, Cámara Colombo Chilena



Anexo 5. Presentación nuevo plan de trabajo Castillo & Asesores S.A.S. Cámara Colombo Chilena

A photograph of a business meeting. Several people in business attire are seated around a table, looking at documents and a laptop. One person is pointing at a chart on a document. The scene is brightly lit, suggesting an office environment.

NUESTRA GRAN IDEA

La cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena, propone estrategia para el plan de trabajo de gestión comercial, con el propósito de fortalecer sus servicios actuales brindando ideas y apoyo en el posicionamiento de marca.

2

Anexo 6. Eventos empresariales invitación para las empresas afiliadas, Cámara 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 #8-60, Bogotá

R. S. V. P
comunicaciones3@colombochilena.com
(+57 1) 300 1855 Ext. 106



Ministerio de Relaciones Exteriores
Embajada de Chile en Colombia
Gobierno de Chile



ProChile
MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES



45
OFICINA COMERCIAL DE CHILE



CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA COLOMBO CHILENA

CON EL APOYO DE:







