

Universidad Santo Tomás  
Facultad de Gobierno y Relaciones Internacionales  
Facultad de Negocios Internacionales



Plan de Mejora para la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena

Mariana Romero Sierra

Natalia del Pilar Rojas Hernández  
Julián Alejandro López de Mesa Samudio  
Bogotá, Colombia  
Septiembre, 2023

## **Resumen**

El proceso de formación de los practicantes tiene una gran relevancia en el logro de las metas de una organización; en el caso de la Cámara Colombo Chilena esto no pasa desapercibido. Durante las prácticas profesionales se observó una debilidad relacionada a la inconsistencia de los servicios ofrecidos y el cambio recurrente de practicantes en el área comercial. Como respuesta, se plantea un plan de mejora que pretende fortalecer el proceso de formación de los practicantes mediante la creación de una guía que incluya toda la información relevante de sus funciones. De acuerdo con esto, se logró evidenciar que una guía resulta muy beneficiosa para el desarrollo de sus responsabilidades ya que permite unificar procesos, facilitar el aprendizaje y mejorar la eficiencia de su gestión, sin embargo, es necesario que la guía se continúe ajustando a medida que avanza su implementación, esto con el fin de alcanzar unos mejores resultados.

## **Palabras clave**

Guía, capacitación, practicantes, servicios empresariales.

## **Introducción**

Las relaciones comerciales han constituido un pilar fundamental en la creación de oportunidades para el desarrollo y el crecimiento económico a nivel internacional. Al facilitar el intercambio de bienes y servicios, fomentan un progreso económico mutuo. En este sentido, la Cámara de Industria y Comercio Colombo Chilena (CCICC) cumple un papel significativo al impulsar el fortalecimiento de los lazos comerciales entre las empresas de Colombia y Chile.

Desde su creación, la CCICC se ha dedicado a potencializar el crecimiento no solo económico, sino también social de ambos países, mediante un portafolio de servicios empresariales diverso que incluye estudios de mercado, agendas de reuniones, servicio KAM, entre otros. El área comercial lidera algunos de los servicios ofrecidos, y su rol tiene una alta relevancia para alcanzar la misión de la entidad gremial a través de la innovación.

En este documento se expone un plan de mejora dirigido a la Cámara Colombo Chilena, tomando en consideración la realización de prácticas en el área comercial. Durante este período, se identificaron diferentes debilidades como la inconsistencia en los servicios ofrecidos debido a un cambio recurrente de practicantes, herramientas tecnológicas no eficientes o incumplimiento del plan de reuniones de los afiliados; aspectos en los que debe prestar mayor atención para que sus resultados sean más eficientes.

El plan de mejora toma una de estas debilidades para su propuesta: la falta de consistencia en la prestación de servicios empresariales debido al constante cambio de practicantes. Esta situación resalta una necesidad clara por fortalecer su proceso de formación, y de esta forma, agilizar su adaptación a las responsabilidades asignadas. Por esto, se propone la creación de una guía que incorpore toda la información relevante para el desempeño de sus funciones y facilite su proceso de aprendizaje para alcanzar los objetivos de la CCICC.

La investigación inicia con la descripción de algunos aspectos generales de la Cámara Colombo Chilena como su misión, visión y sus valores corporativos, y un análisis DOFA que permite identificar la debilidad que inspiró la propuesta. Posteriormente, se indica el planeamiento central del plan de mejora, y se define el objetivo general y los objetivos específicos. Finalmente, se explica el contenido, y se realiza un resumen de las actividades llevadas a cabo en la organización por ciclos.

El proceso de formación de los practicantes es fundamental para aumentar la eficiencia en el desempeño de sus funciones, y reducir los errores que pueden ocurrir durante su período en la organización. Además de contribuir a la calidad de los servicios que se ofrecen a las empresas afiliadas, impactando de manera positiva su promesa de valor. En esta línea, se reconoce su importancia, y se plantea una estrategia para mejorar su proceso, la cual se detallará en este documento.

## Índice

1.1.1 Misión, Visión y Valores .....	6
1.1.2 Ubicación Geográfica.....	7
1.1.3 Organigrama.....	7
1.1.4 Área en la que se desarrolló la práctica.....	7
1.1.4.1 Análisis DOFA 1.1.4.1.1 Fortalezas.....	8
1.1.4.1.2 Oportunidades.....	8
1.1.4.1.3 Debilidades .....	8
1.1.4.1.4 Amenazas.....	8
2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales .....	9
2.2 Importancia, limitaciones y alcances del plan de mejora.....	10
2.3 Objetivo General .....	11
2.4 Objetivos Específicos .....	11
3.1 Propuesta de Mejora.....	11
3.2 Conclusiones .....	18
3.3 Bibliografía.....	18
Programación de actividades realizadas en la Cámara Colombo Chilena .....	20
4.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes.....	20

## **Cámara de Industria y Comercio Colombo Chilena (CCICC)**

### **1.1 Aspectos Generales**

La CCICC surge como una respuesta al incremento de las cifras de comercio y los niveles de inversión entre Colombia y Chile, dos años después de la firma del Acuerdo de Libre Comercio entre ambos países en el año 2006 (El Tiempo, 2008). Desde entonces, se reconoce como una entidad gremial que busca identificar oportunidades de inversión entre empresas chilenas y colombianas, así como promover y fortalecer sus relaciones comerciales (Cámara Colombo Chilena, s.f.).

Para lograr esto, ofrecen diferentes servicios empresariales como el uso de la plataforma Orusdata, agendas de reuniones, misiones empresariales o servicios KAM, con el fin de facilitar el acceso a nuevos contactos y la construcción de vínculos comerciales, así como un programa soft landing, el cual brinda una asesoría legal para las empresas que deseen establecerse en el mercado colombiano, entre otros servicios, que resultan esenciales para evaluar riesgos e identificar tendencias al ingresar a un nuevo mercado (Cámara Colombo Chilena, s.f.).

#### **1.1.1 Misión, Visión y Valores**

**Misión:** “Potencializamos el desarrollo social y económico de Colombia y Chile a través de una alianza empresarial innovadora de comercio e inversión” (Cámara Colombo Chilena, s.f.).

**Visión:** “Queremos ser la Cámara binacional referente y admirada en la región, por agregar valor e impulsar la dinámica del mercado mediante la innovación” (Cámara Colombo Chilena, s.f.).

#### **Valores corporativos:**

Los valores que guían la gestión de la Cámara Colombo Chilena (CCICC) son responsabilidad, respeto, compromiso, perseverancia, superación y gratitud.

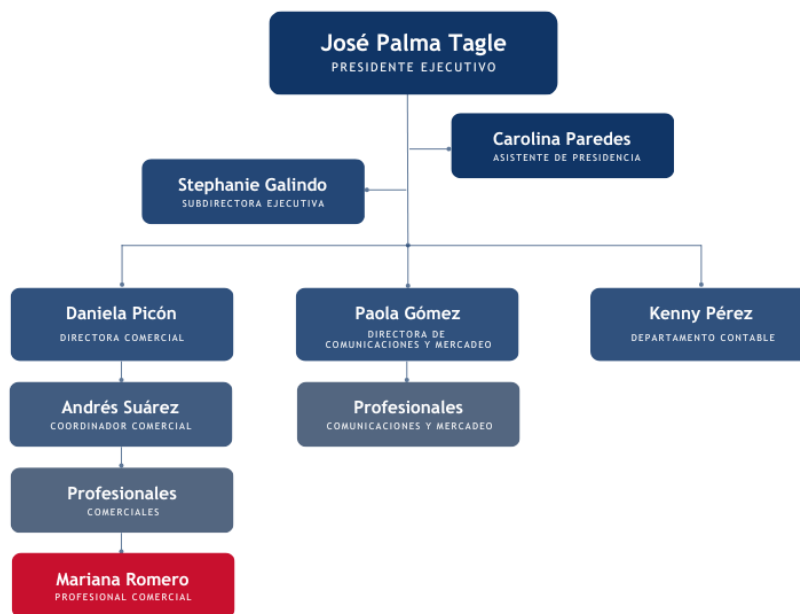
### 1.1.2 Ubicación Geográfica

La CCICC se encuentra ubicada en la Av. Calle 100 No. 8A – 55, Torre C – Oficina 715, en la ciudad de Bogotá.

### 1.1.3 Organigrama

**Figura 1**

Organigrama de la CCICC



*Nota.* Elaboración propia con información proporcionada por la Cámara Colombo Chilena, 2023.

### 1.1.4 Área en la que se desarrolló la práctica

La gestión de la Cámara Colombo Chilena se lleva a cabo desde dos áreas que trabajan en conjunto: el Área de Comunicaciones y Mercadeo, y el Área Comercial, correspondiente al área donde se desarrolló la práctica. En este caso, se cumplieron funciones relacionadas con la coordinación de agenda de reuniones para los afiliados, teniendo en cuenta la investigación comercial y la prospección para la elaboración de bases de datos, aspectos fundamentales que permiten alcanzar la promesa de valor que ofrecen a sus afiliados.

#### **1.1.4.1 Análisis DOFA**

##### **1.1.4.1.1 Fortalezas**

- Existe una variedad de servicios empresariales que ofrecen un valor agregado.
- Personal altamente calificado.
- El nombre y la imagen de la Cámara tienen reconocimiento y credibilidad.

##### **1.1.4.1.2 Oportunidades**

- Existe una relación positiva entre Chile y Colombia; y gracias a su Acuerdo de Libre Comercio se pueden abrir nuevos mercados.
- Empresas que estén en búsqueda de oportunidades para hacer negocios ya sea en Chile o en Colombia.
- Plataformas tecnológicas que sirvan como herramientas facilitadoras de la gestión comercial, y brinden información valiosa en términos de investigación.

##### **1.1.4.1.3 Debilidades**

- Inconsistencia en los servicios que presta el área comercial debido a una capacitación incompleta y un cambio continuo de practicantes cada 6 meses.
- Incumplimiento del plan de reuniones de los afiliados.
- Herramientas tecnológicas no funcionales e insuficientes para la gestión comercial.

##### **1.1.4.1.4 Amenazas**

- Desafiliación de empresas, y, por ende, disminución de ingresos para la Cámara Colombo Chilena.
- Competencia con otras empresas o consultoras que ofrezcan un mejor servicio.
- Incertidumbre general por escenario político cambiante.

## **Planteamiento de Plan de Mejora**

### **2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales**

De acuerdo con el análisis DOFA y las funciones desempeñadas en la Cámara Colombo Chilena, se identificaron tres debilidades que requieren estrategias concretas para la mejora de los servicios. Una de ellas es la falta de herramientas tecnológicas eficientes para lograr los objetivos de la gestión comercial, ya que las plataformas utilizadas para hacer el levantamiento de contactos no proporcionan una información actualizada sobre las personas a cargo, y esto no posibilita un contacto directo con la empresa afiliada.

Esta situación perjudica la gestión de los profesionales comerciales que están a cargo de los planes de afiliación, pues al no tener una información acertada, no pueden cumplir en su totalidad con el plan de reuniones que se ofrece a los afiliados en la actualidad; esto conlleva a enfrentar amenazas en su entorno como la desafiliación de empresas y la disminución de ingresos de la Cámara; o incluso la misma competencia que existe con otras empresas que ofrecen un mejor servicio en términos de nuevos contactos o negocios para los afiliados.

Sumado a esto, otra debilidad identificada es la inconsistencia en los servicios que presta el área comercial debido a una capacitación incompleta a los nuevos practicantes y a la rotación de los mismos cada seis meses. Ambos factores implican un tiempo de adaptación que afectan el cumplimiento de los planes de reuniones semestrales, ya que no cuentan con los conocimientos necesarios para un adecuado desempeño de sus funciones, y esto no genera unos resultados satisfactorios para el establecimiento de contacto efectivo con las empresas afiliadas.

De este modo, el presente plan de mejora se enfoca en esta última debilidad, por lo que se propone elaborar una guía completa para los practicantes que incluya la información más relevante de sus funciones comerciales y pueda facilitar el proceso de capacitación, por lo que se tienen en cuenta aspectos fundamentales como las listas de prospectos, bases de datos, seguimientos de las reuniones, formatos aprobados por la Cámara, archivos que se manejan para las empresas afiliadas, entre otros.

Es importante aclarar que las prácticas se realizaron de forma virtual en un período de seis meses, que corresponde al primer semestre del año 2023. Desde un inicio y durante ese período, se identificó que la capacitación debía ser aún más detallada, ya que no siempre se

contaba con la asistencia requerida para el cumplimiento de las funciones; y por esto, se propuso la guía para indicar la información a todos los miembros del equipo, y facilitar la retención de la misma.

De acuerdo con Fleitman (2013), la capacitación se reconoce como un factor estratégico que permite que las empresas puedan alcanzar una alta competitividad, por lo que se debe facilitar este proceso para que los servicios empresariales que ofrece la Cámara Colombo Chilena sean más favorables para las empresas afiliadas. Esto se puede lograr a través de tres conceptos que indica García (2011): alineación, es decir, que todos los miembros del equipo reconozcan la misión de la empresa, y se dirijan a la misma dirección; compromiso con el cumplimiento de sus funciones; y medición de los resultados en búsqueda de una mejora constante.

La guía inicia su contribución al primer concepto: alineación, estandarizando la información para el equipo comercial y orientando su gestión hacia la misión de la CCICC. A través de su elaboración, se reconoció la importancia del proceso de capacitación y de los recursos humanos para el éxito de la organización, pues tal como lo menciona García (2011), “administrar el recurso humano es la habilidad que podría marcar la diferencia entre el éxito o el fracaso en la mayoría de las organizaciones”.

## **2.2 Importancia, limitaciones y alcances del plan de mejora**

Teniendo como punto de partida las debilidades y amenazas encontradas en el análisis DOFA, como el cambio continuo de practicantes, la inconsistencia de los servicios prestados o el incumplimiento del plan de reuniones, se identifica la importancia de facilitar el proceso de capacitación de los practicantes con el fin de que su adaptación sea más rápida y cumplan sus funciones de manera eficiente, ya que de esto depende la calidad del servicio que ofrece la Cámara Colombo Chilena a sus afiliados.

En este sentido, la guía propuesta como plan de mejora, brinda un apoyo fundamental a los practicantes que realizan la gestión comercial, ya que pueden encontrar la explicación de sus funciones de forma detallada, herramientas que les permiten el acceso a nuevos contactos para agendar reuniones, canales de comunicación internos, informes y los formatos unificados que se utilizan, entre otros. Por lo tanto, su implementación contribuiría a optimizar su desempeño y a reducir el tiempo de adaptación.

Aunque el plan de mejora contribuya a facilitar el proceso de formación de los practicantes, es posible que surjan dudas o preguntas adicionales que se deban incorporar a la guía en el futuro o incluso, aspectos que requieran un enfoque más detallado. Sin embargo, se presenta una limitación relacionada con el tiempo para evaluar y adecuar lo requerido, por lo que la idea es maximizar la utilidad de la guía, priorizando la información más relevante.

Por lo tanto, el alcance del trabajo está centrado en fortalecer el proceso de formación de los practicantes del área comercial de la CCICC, a través de la creación e implementación de una guía que les permita adquirir los conocimientos necesarios para el cumplimiento de sus funciones. No obstante, es necesario que posteriormente el equipo comercial pueda evaluar de manera continua los resultados de la implementación de la guía y se realicen los ajustes pertinentes para garantizar su eficiencia.

### **2.3 Objetivo General**

- Fortalecer el proceso de formación de los practicantes que integran el área comercial de la Cámara Colombo Chilena mediante la elaboración de una guía que facilite y fortalezca su adecuado desempeño en las funciones asignadas.

### **2.4 Objetivos Específicos**

- Identificar los elementos más relevantes de la gestión comercial para limitar y seleccionar la información clave que se incluirá en la guía.
- Diseñar y elaborar una guía que incorpore el contenido de forma organizada y comprensible.
- Implementar la guía desarrollada en el proceso de formación del practicante que ingrese al nuevo período de pasantías.

### **3.1 Propuesta de Mejora**

Con el objetivo de fortalecer el proceso de formación de los practicantes, se planteó la creación de una guía que incorporara toda la información relevante sobre sus responsabilidades en el área comercial. Esta propuesta surgió a partir de la identificación de una debilidad en la capacitación de los practicantes, ya que su proceso de formación se limitaba a un archivo de Excel que enlistaba los diferentes aspectos que deben conocer, y no contaban con un recurso que les permitiera recordar lo aprendido.

Lo anterior ocasionaba que cada persona encargada de capacitar a los practicantes explicara los aspectos de forma distinta, lo que resultaba en vacíos con la información comunicada; una situación que se reconoció al momento de cumplir con alguna responsabilidad, ya que algunos miembros del equipo comercial no tenían conocimiento sobre cómo realizarla. Como resultado, se tornaba más complejo adaptarse a sus funciones, provocando un retraso en el cumplimiento de los planes de reuniones de los afiliados.

Si bien, es un archivo que les permitía recordar los puntos importantes de capacitación, se identificó que era importante tener un enfoque más detallado sobre cada uno, y por esto, la guía se creó en un documento de Canva para que puedan realizar ajustes después de que sea implementada y evaluada, y tenga un diseño corporativo y comprensible para los practicantes.

La guía inició con una introducción que incluye la información general sobre la Cámara Colombo Chilena, como la misión, visión y las áreas de trabajo, esto para que puedan conocer en qué área trabajarán y cómo cumplirán los objetivos junto con las diferentes áreas de la empresa. Igualmente, se indicaron las funciones de su cargo como Profesional Comercial, y se explicó de forma detallada lo que harán con recomendaciones propias de la gestión.

Además, se tuvieron en cuenta dos documentos importantes para su gestión comercial, como la lista de prospectos y la base de datos con el parámetro de los títulos y una plantilla para iniciar, acompañado de no sólo un consejo sobre herramientas de búsqueda y un recordatorio para mejorar su desempeño, sino también de cómo funcionan las herramientas o plataformas que les permiten acceder a los contactos como Orusdata y Apollo.

De la misma forma, es indispensable destacar la importancia de los seguimientos de las reuniones, por lo que se explicaron sus características, y lo que deben incluir al enviarlos. En este sentido, si obtienen alguna reunión después de haber realizado los seguimientos, se expuso la información relacionada al agendamiento de las teleconferencias, los correos relevantes para la reunión y los archivos que se deben actualizar de manera constante, esto para tener un registro de las reuniones faltantes para cumplir con el plan del afiliado.

Igualmente, para la guía es fundamental la comunicación interna del equipo, por lo que se mencionaron los diferentes grupos de WhatsApp con sus respectivos objetivos. A esto se le suma la descripción del formato único que se utiliza para todos los archivos, indicando las características y colores que los miembros del equipo del área comercial deben conocer. Y

finalmente, se incorporó una sección de preguntas frecuentes que puede resultar de gran utilidad para realizar su gestión, con la posibilidad de agregar nuevas preguntas según se aplique la guía para su mayor eficiencia.



## Hola (nombre), ¡Bienvenida(o) a la Cámara Colombo Chilena!

Nos complace darte la bienvenida a nuestro equipo comercial, sabemos que tu apoyo será fundamental para el crecimiento de nuestra organización y esperamos que esta etapa esté llena de aprendizajes significativos para tu desarrollo profesional.

Esta guía te brindará información valiosa, consejos prácticos y recursos útiles para llevar a cabo tu gestión comercial; y será una herramienta que te permitirá alcanzar los objetivos de una forma más eficiente.

Estamos encantados de tenerte en nuestro equipo y te deseamos muchos éxitos en tu trayectoria como Profesional Comercial en la Cámara Colombo Chilena.



## INTRODUCCIÓN

Para dar inicio a esta guía, es importante que conozcas información general, como nuestra misión, visión y las principales áreas de trabajo que tenemos para lograr dar un valor agregado a nuestra gestión.

### Quiénes Somos

Somos una entidad gremial que fomenta, promueve y fortalece las relaciones comerciales y la inversión entre empresas chilenas y colombianas.

### Misión

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

### Visión

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

### Áreas de trabajo

En la Cámara tenemos dos áreas que trabajan en conjunto para cumplir con nuestra misión: el área de Comunicaciones y Mercadeo, y el **área Comercial**, a la que perteneces como equipo.

Daniela Picón, nuestra Directora Comercial y Andrés Suárez, nuestro Coordinador Comercial, desempeñarán un papel fundamental para tu orientación y apoyo en el desarrollo de esta área.



## FUNCIONES

Desde el área comercial serás una pieza clave para el impulso de las relaciones comerciales entre empresas chilenas y empresas colombianas, cumpliendo con las siguientes funciones:

- 01.** Brindar soporte al área comercial en la **coordinación de agendas de reuniones** en Chile y Colombia.
- 02.** Realizar **investigaciones comerciales y/o económicas**, para la definición de servicios de bases de datos o agendas de negocio, y en general información requerida para fines empresariales y de comercio.
- 03.** Brindar soporte al área comercial en la **coordinación y organización de misiones comerciales y/o conferencias**.
- 04.** Prospección e investigación de la economía y normatividad empresarial Chile - Colombia.

Esta guía tiene un enfoque en la coordinación de agendas de reuniones, investigación comercial y/o económica para la definición de bases de datos, prospección y la coordinación y organización de teleconferencias.



Después de su aprobación, ya puedes iniciar el levantamiento de contactos, es decir, la **Lista de Prospectos** pasará a convertirse en una **Base de Datos**.

### Herramientas de búsqueda

Puedes utilizar Orusdata aplicando un filtro de búsqueda según el sector, o el buscador de Google con listas de empresas clasificadas por sector.

### Recordatorio

Revisa las empresas registradas en las bases de datos de dos periodos anteriores, ya que no se pueden repetir en la lista de prospectos propuesta.

## 2. Base de Datos

Ahora que puedes iniciar el levantamiento de contactos, la estructura de la base de datos incluirá nuevas columnas como contacto, cargo, correo y las columnas de seguimiento con su respectiva fecha, como lo puedes ver en el siguiente link:

**Título: Base de Datos (mes) (año) - (nombre empresa afiliada)**

[Click aquí](#)

\*Únicamente puedes ver el archivo y realizar una copia, no es posible modificarlo.

Una vez que tengas el archivo podrás buscar el correo de las personas con las que quieres comunicarte, teniendo en cuenta la empresa y el cargo, esto lo puedes realizar a través de diversas herramientas. Una de ellas es Orusdata, con la que puedes filtrar y encontrar el correo específico.

Es importante resaltar que debes revisar si el correo está verificado en Orusdata, o ingresar al botón de LinkedIn (te lo da la misma plataforma) de la persona que estás buscando para confirmar que continúe trabajando en la misma empresa y que el perfil sea auténtico. Esto será esencial para aumentar las posibilidades de recibir una respuesta.



## REUNIONES

Cuando obtengas respuesta por parte de una empresa prospecto con una propuesta de horario aprobada también por el afiliado, deberás agendar la reunión por Google Calendar o Teams, dependiendo de su preferencia.

### 1. Agendamiento Teleconferencia

De acuerdo con el formato que manejamos en la Cámara, es importante que el título de la teleconferencia siempre se realice de la siguiente forma:

**Título:** Teleconferencia (empresa prospecto) - (empresa afiliada) (Cámara Colombo Chilena)

Ejemplo: Teleconferencia Cruz Verde - DBNet (Cámara Colombo Chilena)

Y si es presencial debe ser así:

**Título:** Reunión presencial (empresa prospecto) - (empresa afiliada) (Cámara Colombo Chilena)

Ejemplo: Reunión presencial Cruz Verde - DBNet (Cámara Colombo Chilena)

Además, la descripción debe especificar el propósito, la fecha, la hora, y los participantes que asistirán a la reunión incluyendo nombre, cargo y correo electrónico, tanto de la empresa prospecto, como el afiliado y la Cámara Colombo Chilena.

**Propósito:** Presentación de Portafolio y Creación de Contacto  
**Fecha:** 13 de Junio de 2023  
**Hora:** 2:00p.m.

**Contacto:** Diana León  
**Cargo:** Directora de Tecnología  
**Correo:** diana.leon@ccicc.com



## INFORMACIÓN WHATSAPP

WhatsApp es el canal principal que utilizamos para la comunicación interna, por lo tanto, es esencial que estés muy atento a los distintos grupos.

### 1. Grupo CCICC - 2023 🇨🇱

En este grupo se encuentra tanto el equipo del área Comercial, como el equipo del área de Comunicaciones y Mercadeo. Generalmente, se suele indicar información relacionada a las pausas activas, como su calendario, y los links para participar.

### 2. Grupo Profesionales 🇨🇱

Este es el grupo específico del área Comercial, en el que se comparten y discuten temas generales del equipo, así como en su mayoría se reportan las teleconferencias de las empresas afiliadas, por lo que debes tener en cuenta lo siguiente:

#### 2.1. Notificar agendamiento de las reuniones

Cuando logres agendar una reunión, debes compartirlo en el grupo, tal como se muestra en el siguiente mensaje:

Buen día chicos, les notifico que hemos agendado una reunión para nuestra empresa afiliada (nombre) y la empresa prospecto (nombre).

#### 2.2. Reportar el inicio de la reunión

Una vez que inicie la reunión, es necesario que tomes un pantallazo a la teleconferencia, y lo envíes al grupo, incluyendo en el comentario de la foto la siguiente información:

Buen día para todos, les notifico que la teleconferencia entre la empresa afiliada (nombre) y la empresa prospecto (nombre) acaba de iniciar.



## FORMATO

Nuestro formato único para todos los archivos incluye las siguientes características:

<b>Letra</b>	Trebuchet MS	<b>Color</b>	Azul grisáceo, texto Z, oscuro 50%
<b>Tamaño</b>	11 <small>*correo: tamaño normal</small>	<b>Página web</b>	Links sin hipervínculo

Y específicamente para las bases de datos es importante utilizar el siguiente semáforo de colores:

 Reunión agendada #a8d08d	 Rebotó #f7caac
 No interesado #ff8b8b	 Redirecciona #ffe598
 Nuevo contacto #eac6fe	 Contactar después #9cc2e5

No olvides revisar el formato de cualquier archivo antes de enviarlo, ya que debe cumplir con los requisitos aprobados por la Cámara Colombo Chilena.



## PREGUNTAS FRECUENTES

- **¿Qué debo hacer una vez cumpla con el plan de reuniones de una empresa afiliada?**

Después de actualizar el Informe de Gestión y el Plan de Trabajo respectivo, debes compartir ambos archivos con la Directora de Comunicaciones y Mercadeo, y a su vez, redactar un correo solicitando que diligencie la información correspondiente a su área.

Cuando te indique una respuesta confirmando que ya diligenció la información, es necesario que descargues ambos archivos en formato pdf, y los envíes al afiliado explicando que ya cumplimos con la promesa de valor.

- **¿Dónde puedo encontrar información relacionada a los afiliados?**

A continuación te compartimos el siguiente link en el que puedes encontrar la BD actualizada de las empresas afiliadas a la Cámara Colombo Chilena:

[Click aquí](#)

- **¿Tienen alguna recomendación respecto al envío de correos por Gmail?**

Sí, te recomendamos utilizar la herramienta de plantillas que brinda Gmail para el envío de correos, esto puede ayudar a agilizar tu gestión con el envío de correos, y lo puedes modificar las veces que quieras.

Podrías añadir los correos de solicitud y seguimiento por cada empresa afiliada, ya que el formato puede variar, y correos generales como la información de contacto, o informes que se envíen cada cierto tiempo.



### **3.2 Conclusiones**

En el transcurso del período de prácticas en la Cámara Colombo Chilena, se encontraron dificultades relacionadas a una falta de comunicación interna debido a un constante cambio del Coordinador Comercial, lo que impedía una comunicación más fluida y rápida para la aprobación de tareas o dudas por resolver. Y del mismo modo, algunos formatos no tenían el mismo parámetro, ya que variaba por empresa, y esto dificultaba la identificación de un formato único para la empresa.

No obstante, se lograron encontrar grandes oportunidades de aprendizaje en el desarrollo de habilidades comerciales, como la capacidad para establecer relaciones públicas, y la adaptación a una comunicación corporativa formal por correo electrónico o vía telefónica, fundamental para la interacción tanto con las empresas afiliadas como con los clientes prospecto.

Asimismo, gracias a la asignación de diferentes empresas a cargo, se conocieron diversidad de empresas de varios sectores económicos, que fueron del interés de los afiliados, por lo que, como resultado, se desarrolló la capacidad de identificar clientes potenciales y oportunidades de negocio, así como la proposición de estrategias para concretar reuniones con los prospectos. El equipo comercial, indudablemente, tuvo un rol esencial en el desarrollo de estas capacidades, y gran parte de los aprendizajes significativos se debieron a su colaboración y guía.

### **3.3 Bibliografía**

Cámara Colombo Chilena. (s.f.). Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena. Quiénes Somos. <https://colombochilena.com/quienes-somos/>

El Tiempo. (2008). Nace Cámara Colombo- Chilena. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-3208748>

Fleitman, J. (2013). Importancia de la capacitación para la competitividad. [https://www.researchgate.net/publication/324471952\\_art\\_siglo\\_xxi\\_Importancia\\_de\\_la\\_capacitacion\\_para\\_la\\_competitividad\\_abril\\_2013](https://www.researchgate.net/publication/324471952_art_siglo_xxi_Importancia_de_la_capacitacion_para_la_competitividad_abril_2013)

García López, J. M. (2011). El proceso de capacitación, sus etapas e implementación para mejorar el desempeño del recurso humano en las organizaciones.

<https://www.eumed.net/ce/2011b/jmgl.pdf>

## Seguimiento Práctica Profesional

### Programación de actividades realizadas en la Cámara Colombo Chilena

Inicialmente, se llevó a cabo la capacitación sobre las funciones asignadas y se entregaron los planes de trabajo de las empresas afiliadas a cargo, esto con el objetivo de identificar los nuevos períodos y las reuniones faltantes. Asimismo, se realizaron las reuniones de presentación con los afiliados para conocer su servicio, sus recomendaciones generales, y los sectores y cargos de interés.

Posteriormente, se realizó la investigación respectiva sobre las empresas de los sectores de interés para crear la lista de prospectos, y después, se solicitó la aprobación para dar inicio al proceso de levantamiento de contactos. Sin embargo, este proceso no se realizó de manera simultánea con todas las empresas, debido a retrasos en la confirmación por parte de algunos afiliados. Además, durante el primer ciclo se desarrolló un estudio de mercado del café en Chile para una empresa colombiana interesada en exportar.

Después de haber realizado el levantamiento de contactos, se realizaban seguimientos semanales vía correo electrónico o vía telefónica, dependiendo de la empresa afiliada. Este proceso continuaba hasta completar un promedio de 4 a 5 seguimientos, y al momento de finalizarlos, se discutía una nueva estrategia para establecer contacto con clientes potenciales.

En caso de obtener reuniones, se agendaban las teleconferencias vía Google Meet o Microsoft Teams, se realizaba el envío de correos de confirmación, se programaban correos de recordatorio, y una vez finalizada la reunión, se enviaba un correo de información de contacto con los datos de los participantes de la videollamada. Por último, se actualizaban tres archivos para llevar el registro de las reuniones.

#### 4.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes

Ciclo 1	
Fecha	9 de enero de 2023 – 9 de febrero de 2023
Actividades desarrolladas	<ul style="list-style-type: none"><li>- Proceso de capacitación y adaptación a las responsabilidades asignadas.</li><li>- Asistencia a la presentación de las empresas afiliadas.</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de la lista de prospectos de algunas empresas afiliadas.</li> <li>- Actualización de la gestión en una reunión de avance con el equipo comercial.</li> </ul>
Logros	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de bases de datos con información de contacto efectiva.</li> </ul>
Dificultades enfrentadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Una empresa prospecto solicitó reprogramar la reunión, pero no se volvió a obtener respuesta.</li> <li>- Se realizaban seguimientos semanales, pero no hubo un contacto efectivo.</li> <li>- Retraso en la aprobación de la lista de prospectos por parte de las empresas afiliadas para continuar con la gestión comercial.</li> </ul>

Ciclo 2	
Fecha	9 de febrero de 2023 - 9 de abril de 2023
Actividades desarrolladas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar el levantamiento de contactos para las listas de prospectos.</li> <li>- Realizar seguimientos de la base de datos, ya sea vía telefónica o vía correo electrónico, para la obtención de reuniones.</li> <li>- Elaborar un estudio de mercado sobre el café en Chile, dirigido a una empresa colombiana que busca expandirse.</li> <li>- Actualización de la gestión en una reunión de avance con el equipo comercial.</li> </ul>
Logros	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se lograron agendar 13 reuniones para diferentes empresas afiliadas a cargo.</li> </ul>
Dificultades enfrentadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se agendó una teleconferencia de presentación con un afiliado, pero no asistió y se retrasó su gestión comercial.</li> </ul>

Ciclo 3	
Fecha	9 de abril de 2023 – 9 de junio de 2023
Actividades desarrolladas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se continuaron los seguimientos de las bases de datos de las empresas afiliadas.</li> <li>- Se creó una nueva lista de prospectos para una empresa afiliada que completó su plan de reuniones.</li> <li>- Actualización de la gestión en una reunión de avance con el equipo comercial.</li> </ul>
Logros	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ganar la premiación del área comercial en dos oportunidades.</li> <li>- Se lograron agendar 15 reuniones para diferentes empresas afiliadas a cargo.</li> <li>- Se completó el plan de reuniones de dos empresas afiliadas y se adelantó el plan del siguiente período.</li> </ul>
Dificultades enfrentadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Demora en la aprobación de una lista de prospectos de una empresa afiliada.</li> <li>- Se intentó retomar el contacto con una empresa que manifestó su interés en tener una reunión con uno de los afiliados, pero no hubo respuesta.</li> </ul>

Ciclo 4	
Fecha	9 de junio de 2023 – 9 de julio de 2023
Actividades desarrolladas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se continuaron los seguimientos de las bases de datos de las empresas afiliadas.</li> </ul>
Logros	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se lograron agendar 7 reuniones para diferentes empresas afiliadas a cargo.</li> </ul>
Dificultades enfrentadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Algunos de los servicios de las empresas afiliadas no eran del interés de los prospectos, debido a que seleccionaban a sus proveedores anualmente.</li> </ul>