

Informe de práctica empresarial realizado en la Cámara de Comercio Bucaramanga

Laura Fernanda Gallardo Castillo

**Informe final de práctica empresarial presentado para optar el título de Profesional en
Negocios Internacionales**

Director

Alfredo Enrique Sanabria Ospino

Magister en Finanzas

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad de Negocios Internacionales

2024

Dedicatoria

A mis padres, mi abuela y mi Ñiñi, mi hogar, mi raíz.

Agradecimientos

Gracias a mis padres, los cuales, desde que tengo uso de razón, me han apoyado en cada proyecto y en cada sueño. Gracias por nunca cortarme las alas, por animarme a volar cada vez más alto y por permitirme ser sin cohibirme de nada. Gracias por estar presentes en cada capítulo de mi vida, por hacerme sentir la mujer más inteligente, capaz, amada y feliz. Gracias a los que nunca me dicen que no, por acompañarme durante estos 4 años de aprendizaje y que como dije anteriormente, son mi hogar y mi raíz.

A mi hermano bebé, que al nacer sembró en mí el deseo de convertirme en una mujer que fuera admirable ante sus ojos, gracias por ser mi compañero de vida eterno y por hacer de mis días una aventura divertida.

A mis abuelos, por su acompañamiento, por su oración, por sus actos de servicio y sus mimos que definitivamente han facilitado el camino y han hecho más llevadero el proceso.

Imposible dejar fuera a Oslo, el bulldog inglés que me acompañó durmiendo bajo el escritorio musicalizando el ambiente con sus ronquidos mientras realizaba las entregas correspondientes a la carrera.

Como lo mejor se deja para el final, gracias a Dios, con él todo y sin él nada. A él agradezco cada día el haberme dado el título más importante de mi vida, ser hija de dos personas infinitamente respetadas y admiradas, con un corazón de oro y que cada día han trabajado en construir mi camino para cumplir mis sueños.

Lista de tablas

Tabla 1. *Interacción de procesos y herramientas*.....30

Tabla 2. *Propuesta de plan de mejora Creación de programa de agendas comerciales para complementar la ruta de internacionalización*..... 38

.

Contenido

Introducción	12
1. Informe de práctica empresarial realizado en la Cámara de Comercio de Bucaramanga	13
1.1 Contexto de la práctica empresarial	13
1.2 Justificación	13
1.3 Objetivos	14
1.3.1 Objetivo general	14
1.3.2 Objetivos específicos.....	14
2. Perfil de la empresa	15
2.1 Razón social de la empresa	15
2.2 Objeto social de la empresa	15
2.3 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa.....	16
2.4 Estructura organizacional.....	16
2.4.1 Misión de la empresa.....	16
2.4.2 Visión de la empresa	17
2.4.3 Organigrama de la empresa	17
2.5 Aspectos económicos	18
2.5.1 Entorno macroeconómico.....	19
2.5.2 Entorno Microeconómico	21
2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa	23
2.7 Aspectos del mercado que atiende la empresa	25
3. Cargo y funciones desempeñadas	26
3.1 Cargo desempeñado	26

3.2 Funciones asignadas.....	26
3.3 Procesos y herramientas.....	27
4. Marco conceptual y normativo	31
4.1 Marco conceptual.....	31
4.2 Marco normativo.....	32
5. Aportes.....	33
5.1 Propuesta de valor agregado a la empresa	33
5.1.1 Identificación de la situación problemática.....	34
5.1.2 Contribución de conocimiento a la empresa.....	34
5.2 Aportes de la empresa al proceso formativo.....	36
5.3 Plan de mejora.....	37
5.3.1 Aspecto a mejorar.....	39
5.3.2 Metas	40
5.3.3 Acciones	43
5.3.4 Indicadores	45
5.3.5 Actividades por realizar.....	50
5.3.6 Responsables	52
5.3.7 Recursos	54
6. Conclusiones y recomendaciones	55
Referencias.....	57

Lista de figuras

Figura 1. <i>Organigrama de la Cámara de Comercio Bucaramanga</i>	18
Figura 2. <i>Ejemplo Análisis PEST – CCB</i>	21

Resumen

En el siguiente documento presento mi informe de práctica profesional como estudiante de Negocios Internacionales, allí reúno y hablo sobre las actividades realizadas en la Cámara de Comercio Bucaramanga en base a mis habilidades y conocimientos adquiridos durante mi carrera, los cuales me permitieron desarrollar múltiples tareas que me permitieron crecer de manera personal y profesional dentro del área laboral. En este estudio analizo mi rol como practicante en la compañía como apoyo para la internacionalización de las empresas locales y las posibles áreas de mejora para optimizar el apoyo brindado a las empresas en la búsqueda de oportunidades internacionales.

Palabras clave: Negocios internacionales, innovación, desarrollo, exportaciones, internacionalización.

Abstract

In the following document I present my professional practice report as an International Business student, there I gather and talk about the activities carried out in the Bucaramanga Chamber of Commerce based on my skills and knowledge acquired during my career, which allowed me to develop multiple tasks that allowed me to grow personally and professionally within the work area. In this study I also analyze my role as a practitioner within the company as support for the internationalization process of local companies and the possible areas of improvement to optimize the support provided to companies within the search for international opportunities.

Keywords: International business, innovation, development, exports, internationalization.

Glosario

Cámara de comercio de Bucaramanga: “es una entidad privada, de carácter corporativo, gremial y sin ánimo de lucro, que cumple eficientemente con los servicios delegados por el estado. A su vez, trabaja por el desarrollo económico de la región y por generar bienestar, equidad y una mejor calidad de vida para los santandereanos” (CCB, Cámara de Comercio de Bucaramanga, s.f.)

Cuota de Importación: un límite establecido por un gobierno sobre la cantidad de bienes o servicios que pueden importarse durante un período específico.

Estrategia de Marketing Global: un enfoque de marketing que busca estandarizar productos y estrategias publicitarias a nivel mundial, aprovechando similitudes en los mercados internacionales.

Exportación: el acto de vender bienes o servicios producidos en un país a consumidores o empresas ubicadas en otro país.

Frontera de Posicionamiento: el espacio que ocupa una marca en la mente de los consumidores en comparación con sus competidores, tanto a nivel nacional como internacional.

GPS “Global Plan Santander: es el plan más grande y ambicioso de los últimos tiempos para potenciar la internacionalización de Santander” (GPS, Global Plan Santander, s.f.)

Joint Venture: una asociación estratégica entre dos o más empresas de diferentes países para colaborar en proyectos comerciales específicos y compartir riesgos y beneficios.

Marketing Mix: las variables controlables que una empresa puede utilizar para influir en la demanda de su producto, incluyendo producto, precio, distribución y promoción.

Negocios Internacionales: actividades comerciales que involucran transacciones económicas entre empresas y gobiernos de diferentes países.

Organización No Gubernamental (ONG): una entidad sin fines de lucro que opera a nivel internacional y busca abordar problemas sociales, ambientales o de desarrollo.

Posicionamiento Competitivo: la forma en que una empresa se presenta en relación con sus competidores en la mente de los consumidores, destacando atributos únicos o diferenciadores.

Riesgo Cambiario: exposición de una empresa a pérdidas financieras debido a las fluctuaciones en las tasas de cambio entre las monedas extranjeras y su moneda nacional.

Tarifa Arancelaria: impuesto establecido por el gobierno sobre bienes o servicios importados, diseñado para proteger la producción nacional y generar ingresos.

Unión Aduanera: acuerdo entre dos o más países para eliminar los aranceles entre ellos y establecer una política arancelaria común con respecto a terceros países.

Introducción

Como estudiante de negocios internacionales, la experiencia en la Cámara de Comercio de Bucaramanga ha ofrecido una oportunidad única para aprender sobre el mundo empresarial y aplicar los conocimientos teóricos en un entorno práctico. En este informe, se compartirán las experiencias y actividades realizadas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, incluyendo los retos laborales y cómo fueron superados, las habilidades adquiridas y cómo se aplicarían en el futuro entorno laboral. La CCB facilita el intercambio comercial y promueve el desarrollo empresarial en la región; para una estudiante de negocios internacionales, esta representa una oportunidad para adentrarse en el entorno comercial y aprender sobre la importancia de la integración comercial y la creación de redes de contactos en el éxito de las empresas. Por lo tanto, el objetivo de estas prácticas era adquirir experiencia en el ámbito de los negocios internacionales, en particular en las áreas de comercio exterior, promoción de inversiones y cooperación internacional.

Este informe detallará las responsabilidades asumidas, los proyectos liderados y las lecciones aprendidas durante mi tiempo en la Cámara de Comercio de Bucaramanga. Además, destacará la relevancia de las habilidades específicas de negocios internacionales, como la adaptabilidad cultural, la gestión eficiente de recursos y la capacidad para abordar problemáticas globales desde una perspectiva local, buscando compartir no solo los aspectos técnicos de las tareas realizadas, sino también el impacto tangible de estas acciones en el fortalecimiento del tejido empresarial y en la promoción del comercio internacional en la región.

1. Informe de práctica empresarial realizado en la Cámara de Comercio de Bucaramanga

1.1 Contexto de la práctica empresarial

Durante la práctica empresarial en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, se presentó la oportunidad de desarrollo en un entorno dinámico y en constante evolución. Esta experiencia permitió aplicar los conocimientos adquiridos en la formación académica y desarrollar habilidades prácticas relacionadas con la internacionalización de empresas, la logística internacional, proyectos de internacionalización y mercadeo. Además, bajo la orientación de profesionales capacitados, se realizó un fortalecimiento de capacidades y contribución al impulso del crecimiento empresarial en la región. En este informe, serán detalladas las actividades desarrolladas, los logros alcanzados y el impacto de esta experiencia en la formación de un profesional en negocios internacionales.

1.2 Justificación

La elección de realizar las prácticas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga surge de una profunda comprensión de la relevancia estratégica que esta entidad tiene en el tejido empresarial regional. Como la necesidad creciente de integrar perspectivas internacionales en el desarrollo de negocios locales, la CCB se presenta como el escenario ideal para aplicar mis conocimientos teóricos de negocios internacionales en situaciones concretas, respondiendo a la demanda de perfiles profesionales que comprendan las dinámicas globales y su impacto directo en el ámbito empresarial regional.

En el marco de estas actividades, la Cámara de Comercio de Bucaramanga debe contar con profesionales capacitados en los negocios internacionales. Por ello, la Cámara ofrece la

oportunidad a estudiantes de negocios internacionales de realizar prácticas profesionales en la entidad y así contribuir al crecimiento empresarial en la región, proporcionando una oportunidad valiosa para aplicar los conocimientos adquiridos en la formación académica y desarrollar habilidades prácticas en un entorno real.

La apuesta de valor radica en fusionar la perspectiva global de los negocios internacionales con un enfoque local, identificando oportunidades estratégicas y proponiendo soluciones innovadoras. A través de la culminación exitosa de estas prácticas, aspirar a aportar no solo a mi propio desarrollo profesional, sino también a los procesos de la Cámara de Comercio, fortaleciendo su capacidad para abordar desafíos emergentes en el ámbito empresarial y contribuyendo al crecimiento sostenible de la región.

1.3 Objetivos

En este informe, se presentarán de manera clara y concisa los objetivos que orientaron esta experiencia en la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

1.3.1 Objetivo general

Realizar la práctica profesional en negocios internacionales para adquirir experiencia en el ámbito comercial, en particular en las áreas de comercio exterior, promoción y mercadeo y cooperación internacional.

1.3.2 Objetivos específicos

- Apoyar el área de Global Plan Santander en sus objetivos para el fortalecimiento de la competitividad empresarial y el desarrollo socioeconómico de la región

- Investigar el impacto de los servicios ofrecidos por la Cámara de Comercio en el desarrollo socioeconómico de la región.
- Elaborar una propuesta para la creación de un plan de mejora destinado al área de Global Plan Santander en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, enfocado en optimizar sus procesos internos y maximizar su eficiencia operativa.

2. Perfil de la empresa

La Cámara de Comercio de Bucaramanga se destaca por su compromiso con el desarrollo socioeconómico de la región, enfocándose en el fortalecimiento de la competitividad empresarial y el impulso del crecimiento de las empresas locales. Esta institución ofrece una amplia gama de servicios y herramientas destinadas a apoyar a los empresarios en el crecimiento y fortalecimiento de sus negocios.

2.1 Razón social de la empresa

La razón social de la Cámara de Comercio es "Cámara de Comercio de Bucaramanga", asociada al NIT 8902001101, es una entidad sin ánimo de lucro que se dedica al fortalecimiento de la competitividad empresarial y al desarrollo socioeconómico de la región.

2.2 Objeto social de la empresa

El objeto social de la Cámara de Comercio de Bucaramanga se centra en el desarrollo socioeconómico de la región mediante el fortalecimiento de la competitividad empresarial y la prestación eficiente de los servicios delegados por el estado. Esta institución se dedica a apoyar a los empresarios locales en el crecimiento y fortalecimiento de sus negocios, ofreciendo una amplia

gama de servicios y herramientas para mejorar la competitividad empresarial y promover el crecimiento económico en la región.

2.3 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa

- Dirección: Cra. 19 #36-20; Bucaramanga, Santander
- Teléfono: (607) 6527000
- Jefe inmediato: Marco Andrés Vásquez
- Correo: marco.vasquez@camaradirecta.com

2.4 Estructura organizacional

En este informe, desglosará la estructura organizacional de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, para identificar cómo cada pieza contribuye a la misión global de fomentar un entorno empresarial sostenible.

2.4.1 Misión de la empresa

Según la Cámara de Comercio de Bucaramanga, esta es “una entidad de derecho privado, de carácter corporativo, gremial, sin ánimo de lucro que gestiona, apoya y desarrolla programas y proyectos para la Conectividad, Competitividad y Productividad empresarial y regional. Presta eficientemente servicios delegados por el Estado, con la tecnología adecuada y un equipo humano que apropia en su actividad los valores corporativos”. (Santos Valentina, 2024)

2.4.2 Visión de la empresa

En la Cámara de Comercio de Bucaramanga nos emociona la idea de contribuir de manera elocuente y potente al desarrollo y generación de riqueza para Santander, alrededor de tres temas fundamentales: “Adueñándonos del tema de Conectividad con una visión ambiciosa y de largo plazo, cambiando la mentalidad local para dinamizar con lógica global los intercambios con los mercados más sofisticados y relevantes del mundo”, “Liderando con credibilidad y convocatoria la agenda de la Competitividad para reinventar esta región que nos apasiona, entendiendo que sólo se genera riqueza compitiendo”, “Acompañando los proyectos de Productividad que potencializan competencias de los empresarios, apalancados en relaciones clave para lograr la transformación del conocimiento en acción” Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2024)

<https://www.camaradirecta.com/institucional/informacion-de-la-entidad/11a-mision-y-vision/>

2.4.3 Organigrama de la empresa

Esta figura permite comprender la estructura organizacional de la empresa, la cual es fundamental para entender cómo se distribuyen las responsabilidades, se toman las decisiones y se coordinan las diferentes áreas y funciones.

Figura 1. Organigrama de la Cámara de Comercio Bucaramanga

Nota: Recuperado de "Estructura orgánica - Organigrama", por Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2024 (<https://www.camaradirecta.com/institucional/informacion-de-la-entidad/estructura-orgnica-organigrama/>).

2.5 Aspectos económicos

La reciente alza de las tasas de interés en Estados Unidos ha desencadenado una serie de efectos en la economía colombiana, bajo este contexto, es fundamental analizar cómo la interacción de factores y circunstancias configura el panorama económico de Colombia frente al aumento de las tasas de interés en Estados Unidos, de tal manera en que puede terminar incentivando la salida de capitales de países emergentes como lo es Colombia. Esto se debe a que los inversionistas buscan economías que ofrezcan mejores rendimientos y menor riesgo. Cuando las tasas de interés en EE. UU son más atractivas, los inversionistas pueden optar por trasladar sus capitales hacia ese país, lo que genera una mayor demanda de dólares y, por ende, una escasez de esta moneda en Colombia, generando un impacto en la inflación, encareciendo los productos importados y afectando el poder adquisitivo de los consumidores. Además, la escasez de dólares puede dificultar las transacciones comerciales internacionales y la capacidad de las empresas

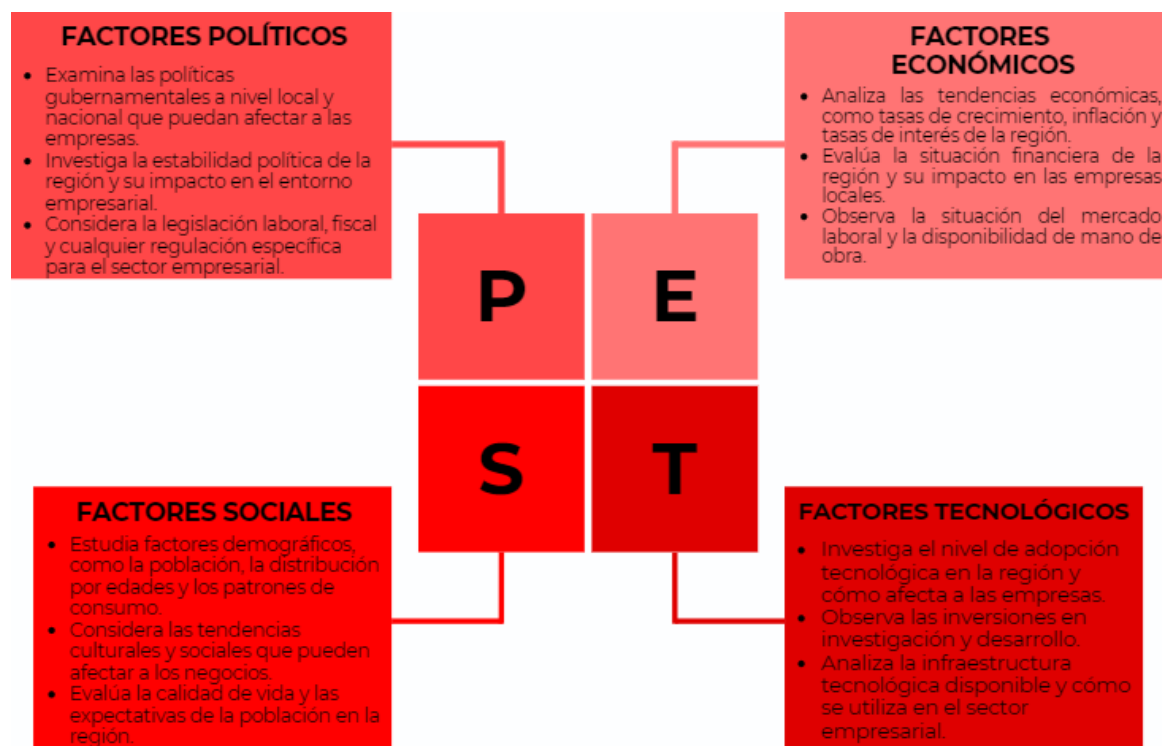
colombianas para importar insumos y bienes. La comprensión de estas influencias permitirá a las entidades económicas y gubernamentales identificar oportunidades y diseñar estrategias que fortalezcan la capacidad de adaptación del país ante los cambios en el escenario financiero internacional y como operar en este.

2.5.1 Entorno macroeconómico

La Cámara de Comercio de Bucaramanga desempeña un papel crucial en el desarrollo socioeconómico de la región, fortaleciendo la competitividad empresarial y promoviendo el crecimiento económico local. Sin embargo, su entorno se ve influenciado por factores macroeconómicos, como el alza de las tasas de interés en Estados Unidos, que impactan la economía global y, por ende, a la CCB como institución.

Actualmente, Colombia tiene una tasa de interés del 13%, lo que la sitúa como el quinto país con las tasas más altas en América Latina. Esta decisión reciente del Banco de la República de elevar la tasa refleja un contexto donde el país busca controlar la inflación y mantener la estabilidad económica, por otro lado, las tasas de interés en Estados Unidos se sitúan en un rango entre 0,25% y 0,5% después de un aumento de 0,25 puntos porcentuales por parte de la Reserva Federal. Esta diferencia significativa entre las tasas de interés. Estas disparidades en las tasas de interés entre Colombia y Estados Unidos tienen implicaciones importantes en aspectos como la inflación, el crecimiento económico, la inversión y la estabilidad financiera de ambas naciones, así como en sus relaciones comerciales y flujos de capital colombianas y estadounidenses refleja realidades económicas y políticas distintas en ambos países y reflejando un impacto significativo en la economía de Colombia. Este incremento afecta directamente a temas de presiones inflacionarias debido a que las políticas expansivas en EE. UU. pueden generar que estas afecten

el costo de los préstamos sean más altos y desaceleren la economía global al encarecer el financiamiento para empresas y consumidores; también se presenta la devaluación de las monedas nacionales frente al dólar estadounidense, afectando a los países en desarrollo al encarecer las importaciones y generar presiones inflacionarias; en el caso de Colombia, la deuda pública puede incrementar, especialmente al estar denominada en dólares y puede afectar el déficit fiscal y la tasa de cambio. También existe el riesgo de fuga de capitales hacia EE. UU, lo que podría impactar la economía colombiana y la estabilidad financiera del país. Las variaciones en las tasas de interés estadounidenses pueden influir en la tasa de cambio colombiana, afectando las exportaciones y la competitividad del país. Estas disparidades en las tasas de interés entre Colombia y Estados Unidos tienen implicaciones importantes en aspectos como la inflación, el crecimiento económico, la inversión y la estabilidad financiera de ambas naciones, así como en sus relaciones comerciales y flujos de capital, destacando así la importancia de monitorear de cerca los movimientos en las tasas de interés en Estados Unidos y su impacto en la economía global, para que la Cámara de Comercio de Bucaramanga pueda adaptarse estratégicamente a estos cambios y promover el desarrollo empresarial en la región.

Figura 2. Ejemplo Análisis PEST – CCB

Tomado de: Adaptado de la Cámara de Comercio de Bucaramanga

Tal como se evidencia en la Figura 2, se suscriben los factores de afectación de orden político, social, económico y tecnológico identificados para realizar un análisis del entorno externo, el cual será clave para identificar las oportunidades y amenazas que enfrenta la organización, y así poder diseñar planes de acción que le permitan aprovechar las fortalezas y mitigar los riesgos al momento de fundamentar las sugerencias y propuestas de mejora.

2.5.2 Entorno Microeconómico

En este análisis se explorará cómo el aumento de las tasas de interés en EE. UU repercute en la economía de Bucaramanga y, en particular, en la Cámara de Comercio. Se examinará cómo estas decisiones financieras internacionales pueden influir en la competitividad empresarial, la

inversión extranjera y el desarrollo económico de la región, destacando la importancia de comprender y adaptarse a estos cambios para promover un entorno empresarial sólido y sostenible en Bucaramanga. La Cámara destaca que el aumento de las tasas de interés en EE. UU. puede tener efectos significativos en la economía de Bucaramanga, especialmente en aspectos como los flujos de capital, el tipo de cambio, la inversión y el crecimiento económico de la región, esto sugiere que el entorno económico global, principalmente las políticas financieras en Estados Unidos, tienen repercusiones directas en la inversión extranjera en Bucaramanga, lo que destaca la importancia de monitorear y comprender estos cambios para promover un ambiente atractivo para los inversionistas extranjeros en la región, teniendo en cuenta que un aumento en las tasas de interés en Estados Unidos puede atraer inversiones hacia ese país, afectando los flujos de capital hacia Bucaramanga y otras regiones, impactando las exportaciones e importaciones y la competitividad de las empresas de la locales y seguidamente desincentivar la inversión y el crecimiento económico en Bucaramanga, afectando la actividad empresarial y el empleo en la zona, que pueden afectar la estabilidad económica local y la capacidad de las empresas de adaptarse a cambios en el entorno financiero global. Es crucial que la Cámara de Comercio de Bucaramanga monitoree estos cambios y desarrolle estrategias para mitigar los impactos negativos y aprovechar las oportunidades que surjan en este contexto económico cambiante y promueva el desarrollo empresarial y la estabilidad económica en la región.

Adaptado de: Universidad Externado de Colombia. (2024). ¿Cómo afectará a Colombia el aumento de la tasa de intervención de la Reserva Federal de Estados Unidos? Tomado de <https://www.uexternado.edu.co/economia/como-afectara-a-colombia-el-aumento-de-la-tasa-de-intervencion-de-la-reserva-federal-de-estados-unidos/>

World Bank. (2024, April 26). ¿Cómo afecta el aumento de las tasas de interés en Estados Unidos a las economías emergentes y en desarrollo? Tomado de <https://blogs.worldbank.org/es/opendata/como-afecta-el-aumento-de-las-tasas-de-interes-en-estados-unidos-las-economias-emergentes>

2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa

- Brinda asesoría especializada en temas de internacionalización a empresarios interesados en expandir sus negocios a mercados internacionales, sin costo con expertos empresariales, ya sea en citas presenciales o virtuales con el objetivo de orientar a los empresarios en sus necesidades específicas
- Reconoce a los empresarios que están llevando los productos y servicios de Santander a nivel internacional, promoviendo la cultura exportadora y la proyección de la región en mercados globales
- Ofrece una amplia oferta académica dirigida a líderes, empresarios y directivos de la región para fortalecer sus capacidades y habilidades
- Ofrecen informes económicos de carácter público en donde analizan el entorno económico y empresarial para proporcionar información valiosa sobre las oportunidades de negocio en la región
- La Cámara de Comercio ofrece programas de internacionalización para aquellas empresas interesadas en expandir sus operaciones a mercados internacionales, brindando herramientas y apoyo especializado en este proceso
- Se organizan eventos de capacitación continua y actualización para empresarios y emprendedores, adaptados a sus necesidades y ritmo, con el objetivo de fortalecer sus habilidades y conocimientos

- Las empresas tienen la oportunidad de participar en eventos comerciales y actividades de networking que les permiten establecer contactos, promover sus productos o servicios y expandir su red de contactos empresariales
- Ruta F, ofrece servicios y herramientas gratuitas diseñadas para impulsar los negocios, adquirir habilidades gerenciales, mejorar la oferta de valor y procesos empresariales
- Innovación, permite a las empresas explotar su potencial al máximo y aumentar su curva de crecimiento mediante estrategias innovadoras
- Escalamiento, aumenta la competitividad de las empresas a través del fortalecimiento en áreas de productividad, habilidades gerenciales, estrategia y gobierno corporativo
- Clúster Santander, impulsa la cadena de valor de diversos sectores a través de una agenda de competitividad implementada mediante acciones colaborativas coordinadas y estrategias claras
- Consulta del Registro Único Empresarial y Social (RUES).
- Consulta del estado de trámites.
- Renovaciones y servicios registrales.
- Registro Público Mercantil.
- Registro único Nacional de Entidades Operadoras de Libranza (RUNEOL).
- Registro de Entidades Sin Ánimo de Lucro (ESAL).
- Registro Nacional de Turismo (RNT).
- Registro Único de Proponentes (RUP).
- Renovación de Matrícula Mercantil.

- Verificación del código CIIU.
- Consulta de homonimia para el nombre de una empresa.
- Descarga de certificados.
- Creación y renovación de empresas.
- Verificación del estado de trámites.

2.7 Aspectos del mercado que atiende la empresa

La Cámara de Comercio de Bucaramanga atiende varios aspectos del mercado, centrándose en el desarrollo socioeconómico de la región mediante el fortalecimiento de la competitividad empresarial y la prestación eficiente de servicios. La institución trabaja en el fortalecimiento de la competitividad empresarial regional, brindando servicios que promueven la eficiencia y el crecimiento sostenible de las empresas locales y a través de programas como el Global Plan Santander, impulsa la internacionalización de las empresas locales, facilitando su incursión en mercados internacionales y promoviendo las exportaciones. Por otro lado, fomenta la adopción de tecnologías avanzadas y estrategias innovadoras en las empresas, especialmente en Industrias 4.0, para potenciar su competitividad y adaptación a entornos cambiantes, mientras que el sector turístico local se promueve mediante iniciativas que benefician a los operadores turísticos, contribuyendo al desarrollo económico y a la proyección del turismo en la región, orientando a resultados para alcanzar y superar resultados con calidad y oportunidad, realizando seguimiento y superando obstáculos para lograr eficiencia, comprometiéndose con satisfacer las necesidades de los clientes internos y externos para superar sus expectativas. Además, la Cámara de Comercio de Bucaramanga se enfoca en competencias directivas como el liderazgo, la planeación y seguimiento, y la visión estratégica para dirigir al equipo de trabajo, programar actividades,

establecer prioridades y proyectar decisiones a largo plazo actuando en función de los valores y objetivos de la CCB, mostrando pertenencia, y colaboración para lograr metas compartidas.

3. Cargo y funciones desempeñadas

A continuación, se detallará el cargo y las funciones desempeñadas durante el periodo de prácticas asignadas en el marco del programa de prácticas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, destacando las contribuciones realizadas.

3.1 Cargo desempeñado

Practicante del programa Global Plan Santander (GPS) de la Cámara de Comercio de Bucaramanga

3.2 Funciones asignadas

- a. Apoyo en la gestión administrativa del programa, haciendo clasificaciones y optimización de información, archivos y registros, atención por correo electrónico y atención a empresas, programación de citas, reuniones y coordinación de horarios, elaboración de informes, recopilación de información y preparación de presentaciones de comité
- b. Colaboración en la ejecución de procesos internos para la formulación de proyectos de internacionalización junto con la promoción y difusión de los programas.
- c. Asistencia en la planificación y ejecución de eventos en pro de la internacionalización.
- d. Contribución en la identificación de oportunidades de mercado para las empresas participantes.
- e. Evaluación, clasificación y asesoría de empresas que iniciaban actividades de exportación.
- f. Apoyo en la coordinación de actividades de capacitación y formación empresarial.

- g. Participación en iniciativas de promoción de exportaciones y desarrollo de estrategias comerciales.
- h. Colaboración en la gestión de relaciones con empresas locales.
- i. Asistencia en la implementación de acciones para potenciar la presencia global de las empresas de la región.

3.3 Procesos y herramientas

- **Apoyo en la Organización de Eventos:** Colaborar en la planificación, coordinación y ejecución de eventos empresariales, conferencias, ferias comerciales y cursos.
- **Investigación y Análisis:** Realizar investigaciones de mercado, análisis sectoriales y estudios de competitividad para proporcionar información relevante a los empresarios y contribuir a la toma de decisiones estratégicas.
- **Asesoramiento a Empresarios:** Brindar asesoramiento y apoyo a emprendedores y empresarios en temas como formalización de empresas, acceso a programas de acompañamiento, desarrollo de planes de negocio y estrategias de crecimiento.
- **Soporte Administrativo:** Apoyar en tareas administrativas como archivo de documentos, atención a empresarios, gestión de agendas, elaboración de informes, actas de reunión, presentaciones y seguimiento de trámites internos.
- **Desarrollo de Capacitaciones:** Participar en la organización y desarrollo de capacitaciones, talleres y charlas informativas para empresarios y emprendedores, contribuyendo al fortalecimiento de sus habilidades y conocimientos.
- **Seguimiento a Empresas Asociadas:** Realizar seguimiento a empresas asociadas, recopilando información sobre sus necesidades, brindando soporte en la resolución de problemas y promoviendo los servicios y beneficios de la Cámara de Comercio.

Herramientas:

- Outlook: esencial para la comunicación interna y externa en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, facilitando la gestión de correos electrónicos y calendarios para una organización eficiente.
- Microsoft 365: ofrece herramientas como Word, Excel, PowerPoint y Outlook, fundamentales para la creación, edición y colaboración en documentos, presentaciones y correos electrónicos en la Cámara de Comercio.
- Plataforma de la Cámara de Comercio de Bucaramanga: centraliza la gestión de información y servicios, permitiendo una comunicación efectiva y un acceso rápido a recursos necesarios para las actividades de la Cámara.
- El uso de servicios en la nube facilita el almacenamiento seguro y accesible de información, optimizando la colaboración y el trabajo remoto en la Cámara de Comercio.
- Salesforce: es una plataforma CRM que ayuda a gestionar relaciones con clientes, mejorando la interacción con empresarios y emprendedores en la Cámara de Comercio.
- Word, PowerPoint, Excel: Estas herramientas de Microsoft Office son esenciales para la creación de documentos, presentaciones y hojas de cálculo, facilitando la comunicación y la presentación de información clave.
- Canva: permite crear contenido visual atractivo para presentaciones y material promocional, siendo útil para la comunicación y promoción de eventos y servicios de la Cámara de Comercio.

- OneDrive: facilita la colaboración y el intercambio de archivos entre equipos de trabajo, garantizando la seguridad y disponibilidad de la información en la Cámara de Comercio.
- IR compite 360: es una herramienta para la gestión de la competitividad y estrategias empresariales en la Cámara de Comercio de Bucaramanga. Esta plataforma lleva un registro interno sobre las empresas registradas en la CCB y clasifica a las empresas según su posicionamiento en el mercado e identifica oportunidades de crecimiento.
- Microsoft Teams: plataforma unificada de comunicación y colaboración que es de gran importancia en la Cámara de Comercio de Bucaramanga ya que facilita la comunicación interna, la organización de reuniones, la colaboración en tiempo real y el intercambio de información entre equipos de trabajo, lo que contribuye a una mayor eficiencia, productividad y coordinación en las actividades empresariales.

A continuación, se presentará la tabla de interacción entre procesos y herramientas para potenciar la productividad y el rendimiento empresarial.

Tabla 1. *Interacción de procesos y herramientas*

Proceso	Herramienta
Apoyo en la Organización de Eventos	Microsoft 365, Office, Canva, Microsoft Teams, Plataforma de la Cámara de Comercio de Bucaramanga para solicitud de servicios.
Investigación y Análisis	Plataforma de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, IR compite 360, Microsoft 365, Office, Servicios en la nube, Legiscomex.
Asesoramiento a Empresarios	Microsoft 365, Office, Microsoft Teams, Salesforce.
Soporte Administrativo	Microsoft 365 (Outlook, Word, Excel, PowerPoint), Plataforma de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, OneDrive
Desarrollo de Capacitaciones	Microsoft 365 (PowerPoint), Canva, Microsoft Teams, Plataforma de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, para solicitud de servicios, Instalaciones CCB
Seguimiento a Empresas Asociadas	Plataforma de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, IR compite 360, Microsoft Teams, Salesforce

4. Marco conceptual y normativo

En el marco conceptual y normativo del informe de prácticas en el programa Global Plan Santander de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, se ampliará la información sobre los contenidos que sustentan las actividades empresariales en el contexto de la internacionalización. Estos contenidos permitirán comprender el entorno legal y conceptual en el que se desenvuelve la CCB y las empresas en su proceso de internacionalización, destacando la importancia de cumplir con las normativas vigentes y promover prácticas comerciales éticas y transparentes.

4.1 Marco conceptual

El desarrollo económico y empresarial en cualquier región depende en gran medida de una comprensión profunda de los conceptos y teorías que subyacen a las prácticas comerciales y de promoción empresarial. En el contexto específico del Área de Global Plan Santander de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, es crucial orientar las acciones y estrategias destinadas a impulsar el crecimiento y la competitividad de las empresas en el departamento. De esta manera, se busca proporcionar una visión general de los principales conceptos y teorías que sustentan el trabajo realizado en el Área de Global Plan Santander. Se abordarán temas como la internacionalización de empresas, la promoción empresarial, el desarrollo regional y las políticas públicas de apoyo al comercio internacional, con el fin de brindar un contexto relevante para comprender y analizar las prácticas empresariales y comerciales llevadas a cabo en esta área específica de la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

- Internacionalización de Empresas: Se refiere al proceso mediante el cual las organizaciones amplían sus actividades comerciales a nivel internacional, buscando

aprovechar oportunidades en mercados extranjeros y enfrentando desafíos como la competencia global y las barreras comerciales (Knight & Cavusgil, 2004).

- **Promoción Empresarial:** Comprende acciones dirigidas a impulsar el desarrollo y la expansión de las empresas, proporcionándoles apoyo en áreas clave como la internacionalización, la innovación, el acceso a financiamiento y la mejora de la competitividad (European Commission, 2020).
- **Desarrollo Regional:** Busca impulsar el crecimiento económico y social en una determinada área geográfica, promoviendo la inversión, la creación de empleo y la mejora de la calidad de vida de la población (OECD, 2021).
- **Políticas Públicas de Apoyo al Comercio Internacional:** Incluyen medidas gubernamentales destinadas a promover la internacionalización de las empresas, como incentivos fiscales, programas de financiamiento, asesoramiento técnico y promoción comercial (UNCTAD, 2021).

Estos conceptos proporcionan un marco conceptual sólido para comprender las actividades desarrolladas en el Área de Global Plan Santander de la Cámara de Comercio de Bucaramanga y su contribución al desarrollo económico y empresarial en la región.

4.2 Marco normativo

En el marco normativo que rige las prácticas empresariales en la Universidad Santo Tomás y la Cámara de Comercio de Bucaramanga, se encuentran el Reglamento de Práctica Empresarial de la Universidad Santo Tomás, que establece las pautas y requisitos para la realización de prácticas en empresas. Asimismo, el Reglamento Interno de la Cámara de Comercio de Bucaramanga regula el funcionamiento interno de esta institución. En el ámbito de la transparencia

y acceso a la información, la Ley 1712 de 2014 promueve la divulgación de información relevante en entidades públicas y privadas. La Resolución N° 1519 de 2020 complementa esta ley al establecer lineamientos específicos para el acceso a la información pública y la transparencia. Por otro lado, el Decreto 1807 de 29 de octubre de 1915 es una normativa fundacional que crea la Cámara de Comercio de Bucaramanga, estableciendo las bases para su funcionamiento y regulación. Estas normativas forman un marco legal integral que busca garantizar la transparencia, el acceso a la información y el correcto desarrollo de las prácticas empresariales en ambas instituciones.

5. Aportes

En esta sección se presentarán las contribuciones, aprendizajes y experiencias adquiridas durante el periodo de prácticas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga. Se destacarán los logros alcanzados, las habilidades desarrolladas y el impacto generado a nivel personal y profesional. A través de este análisis reflexivo, se evidenciará el valor agregado que ha representado esta experiencia de prácticas en el crecimiento y desarrollo del practicante, así como en el aporte realizado a la organización.

5.1 Propuesta de valor agregado a la empresa

Se propone implementar para el área de crecimiento a la cual pertenece el área de Global Plan Santander, el desarrollo de un Programa Integral de Agendas Comerciales para empresas exportadoras que complemente tanto su estrategia como la ruta de internacionalización interna de la compañía, ofreciendo una base de datos consolidada de información sobre empresas exportadoras, incluyendo datos sobre sus productos, mercados y potencial exportador, ofreciendo

soluciones innovadoras para ayudar a las empresas exportadoras a mejorar su competitividad y ampliar su presencia internacional.

5.1.1 Identificación de la situación problemática

La identificación del problema para la Cámara de Comercio de Bucaramanga en su ruta de internacionalización radica en la ausencia de un programa con agendas comerciales que complemente los programas existentes como Consultorio de Exportación, Futuros Exportadores, Santander Exporta y Global Plan Santander. Esta carencia puede limitar la efectividad de los esfuerzos de internacionalización al no contar con una estrategia clara y estructurada que guíe a las empresas en su proceso de expansión hacia mercados internacionales. La falta de un programa con agendas comerciales específicas puede dificultar la identificación de oportunidades de negocio, la planificación de acciones concretas y la conexión con potenciales compradores en el extranjero.

5.1.2 Contribución de conocimiento a la empresa

La creación de un programa de agendas comerciales para la Cámara de Comercio de Bucaramanga es de vital importancia debido a varios factores clave que influyen tanto en el desarrollo empresarial local como en el crecimiento regional. En primer lugar, un programa de este tipo facilitaría la interacción y el intercambio comercial entre empresas locales y potenciales socios comerciales nacionales e internacionales. Al proporcionar un espacio y una plataforma para la organización de reuniones comerciales y eventos de networking, se fomenta la generación de nuevas oportunidades de negocio y se fortalecerían los lazos comerciales existentes. Este programa podría promover la internacionalización de las empresas locales al facilitar su inserción en

mercados extranjeros. La participación en encuentros comerciales internacionales y la realización de agendas personalizadas con potenciales compradores o socios en el extranjero brindan a las empresas locales la oportunidad de expandir sus operaciones más allá de las fronteras regionales y nacionales. Esto no solo impulsaría el crecimiento de las empresas individuales, sino que también contribuye al crecimiento económico y al desarrollo regional al aumentar las exportaciones y diversificar la base económica de la región.

Además, un programa de agendas comerciales puede ser una herramienta eficaz para promover la innovación y la transferencia de conocimientos en la región. Al facilitar el encuentro entre empresas de diferentes sectores y regiones, se promueve el intercambio de experiencias, mejores prácticas y conocimientos técnicos, lo que puede estimular la innovación y la adopción de nuevas tecnologías en las empresas locales. Esto, a su vez, mejora su competitividad y capacidad para adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio.

Abordar esta situación problemática para complementar la ruta de internacionalización de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, fijando objetivos claros, identificando los mercados objetivos y agendando reuniones con compradores internacionales mientras se acompaña a las empresas en su proceso de internacionalización es una iniciativa que permitiría a las empresas de la región de Santander tener un enfoque más estructurado y orientado a resultados en su proceso de exportación, facilitando la identificación de oportunidades comerciales y el establecimiento de relaciones comerciales sólidas en el ámbito internacional.

5.2 Aportes de la empresa al proceso formativo

Realizar las prácticas en la Cámara de Comercio ha sido una experiencia enriquecedora que ha aportado significativamente a la formación como estudiante y como persona. Durante el tiempo en la institución, se presentó la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos durante la formación académica en un entorno laboral real, lo que permitió desarrollar habilidades prácticas, mejorar la capacidad de análisis y fortalecer la visión estratégica en el ámbito empresarial. La Cámara de Comercio fue un escenario ideal para comprender de manera más profunda el funcionamiento del mundo empresarial, aprender sobre los procesos comerciales, la gestión empresarial y las dinámicas del mercado. Además, el contacto directo con profesionales del sector y la posibilidad de participar en proyectos reales son fundamentales para el crecimiento profesional y personal. Esta experiencia en la Cámara de Comercio ha contribuido en la preparación integral para enfrentar los desafíos del entorno laboral. Los aprendizajes adquiridos, las habilidades desarrolladas y la red de contactos establecida durante el periodo de prácticas pueden considerarse un activo invaluable que permitirá destacar en el entorno laboral y contribuir al crecimiento y desarrollo de las organizaciones donde se ejerza una labor. La empresa ha facilitado una oportunidad única para crecer profesionalmente, adquirir experiencia relevante y consolidar un perfil profesional preparado y comprometido.

Los aportes de esta experiencia serán fundamentales para el futuro desempeño laboral y para la contribución al entorno empresarial en el que se desee participar.

5.3 Plan de mejora

En este sentido, se presenta un plan de mejora diseñado para identificar áreas de oportunidad y establecer acciones concretas para potenciar el desempeño, buscando fortalecer los procesos, optimizar recursos y garantizar un crecimiento sostenible en la organización, impulsando el cambio para alcanzar nuevos alcances en el sector económico y comercial de Santander.

La creación de un programa de agendas comerciales por parte de la Cámara de Comercio de Bucaramanga representa una iniciativa estratégica con múltiples beneficios a nivel económico, social, cultural y de negocios entre las empresas de la región. A nivel económico, este programa busca impulsar la internacionalización y competitividad de las empresas santandereanas, facilitando su acceso a nuevos mercados y oportunidades de negocio a través de la planificación y organización efectiva de sus actividades comerciales y la solidificación de relaciones comerciales, esto se traduce en un aumento de las exportaciones, la atracción de inversiones extranjeras y el crecimiento económico de la región. En el ámbito social, contribuye a la generación de empleo y riqueza, al promover el desarrollo y fortalecimiento de las empresas locales. Desde una perspectiva cultural, el programa de agendas comerciales fomenta la internacionalización y la apertura de las empresas santandereanas a nuevos mercados y culturas, lo que promueve el intercambio cultural y el cierre de brechas, promoviendo una mayor comprensión y adaptación a entornos empresariales diversos. En cuanto a los beneficios a nivel de negocios entre empresas, el programa de agendas comerciales facilita el establecimiento de contactos estratégicos, la creación de alianzas y la colaboración entre empresas, tanto a nivel local como internacional, generando una sinergia, transferencia de conocimientos y oportunidades de crecimiento conjunto.

La creación de este programa representa una iniciativa integral que buscaría impulsar el desarrollo económico, social y cultural de la región, al tiempo que fortalece los vínculos y las oportunidades de negocio entre las empresas locales y sus pares internacionales.

Tabla 2. *Propuesta de plan de mejora sobre la Creación del programa de agendas comerciales para complementar la ruta de internacionalización*

Aspecto a mejorar	Metas	Acciones	Indicador	Hacer/ Verificar	Responsable	Recursos
Complementar la ruta de internacionalización de la Cámara de Comercio de Bucaramanga.	Incrementar la internacionalización de las empresas exportadoras	Diagnóstico de las empresas potenciales	Participación de empresas.	Definición de objetivos y alcance del programa	Global Plan Santander Área de crecimiento y sostenibilidad.	Infraestructura y recursos de la Cámara de Comercio de Bucaramanga.
	Mejorar la competitividad de las empresas	Identificación de necesidades	Generación de oportunidades de negocio.			
	Desarrollar competencias y habilidades en el equipo de la empresa	Segmentación de la base de datos de las empresas	Nivel de satisfacción de las empresas participantes.	Diseño del programa Identificación de empresas potenciales		
	Incrementar la generación de empleo	Desarrollo de Jornadas de realización de las agendas	Impacto económico y social.	Convocatoria y postulación		
	Mejorar la visibilidad y reputación de la región	Charlas de sensibilización y focalización al programa.	Eficiencia y efectividad.	Lanzamiento del programa		
	Incrementar la colaboración público-privada		Sostenibilidad del programa a largo plazo.			

5.3.1 Aspecto a mejorar

Como aspecto a mejorar se plantea complementar la ruta de internacionalización de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, esta ruta actualmente está conformada por 4 programas:

- Allí se postulan todas las empresas que desean exportar, el objetivo de este programa es respaldar a las empresas, ya sea que tengan potencial para exportar o que carezcan de experiencia previa en este campo, para competir en los mercados internacionales. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo lo administra con ProColombia. Su meta es aumentar las exportaciones no minero energéticas en Santander, promover una mentalidad exportadora y expandir la base de empresas exportadoras.
- Futuros exportadores, este programa de la Cámara de Comercio es una iniciativa destinada a respaldar a las empresas que cuentan con un potencial exportador, brindándoles apoyo en su proceso de internacionalización y expansión hacia mercados externos. Su objetivo principal es aumentar el número de empresas exportadoras y la oferta exportable colombiana. Para lograrlo, proporciona los servicios y herramientas necesarios a los empresarios para motivar, capacitar y prepararlos en la internacionalización.
- Santander exporta, la Cámara de Comercio ofrece este programa como respaldo a las empresas que dan sus primeros pasos en el ámbito de la exportación. El propósito principal de este programa es impulsar el crecimiento de las exportaciones no minero energéticas, además de ampliar la red de empresas exportadoras en la región de Santander.

- Global Plan Santander, busca respaldar a las empresas que cuenten con al menos 2 años de experiencia en exportación y hayan realizado operaciones por un valor igual o superior a 20,000 USD entre 2018 y 2023. Su objetivo es incrementar el valor de las exportaciones, excluyendo el petróleo y sus derivados, así como fomentar el aumento de la inversión extranjera directa en el Departamento de Santander. Además, aspira a consolidar a Santander como una de las regiones más competitivas y atractivas para la inversión en Colombia.

Ya que como se pudo evidenciar, esta ruta se enfoca en orientar, asesorar, fortalecer las capacidades de las empresas, activar su potencial exportador, pero no se encuentra ningún programa que se enfoque en mejorar las capacidades estratégicas para mantener las operaciones de exportaciones, ni en mantener las relaciones comerciales para poder continuar con las exportaciones o en la diversificación de mercados en pro del cierre de brechas.

5.3.2 Metas

- a. Incrementar la internacionalización de las empresas exportadoras mediante la identificación de oportunidades de negocio, el establecimiento de contactos estratégicos y la promoción de la internacionalización, el programa busca impulsar la expansión de las operaciones de las empresas en mercados internacionales.
- b. Mejorar la competitividad de las empresas al brindar apoyo y asesoramiento especializado en aspectos como la adaptación de productos o servicios al mercado objetivo, la identificación de canales de distribución adecuados y la gestión de aspectos logísticos y legales relacionados con la exportación, el programa busca mejorar la competitividad de las empresas en el mercado internacional.

- c. Desarrollar competencias y habilidades en el equipo de la empresa, participar en el programa de agendas comerciales impulsa el desarrollo de competencias clave en el equipo de la empresa, como la capacidad de negociación, la comunicación intercultural, la adaptabilidad a entornos empresariales diversos y la gestión eficiente de relaciones comerciales internacionales.
- d. Incrementar la generación de empleo, al fomentar la internacionalización y el crecimiento de las empresas, el programa busca contribuir a la generación de empleo en la región, reforzando la economía local y regional.
- e. Mejorar la visibilidad de la región, al promover la internacionalización de las empresas y la región, el programa busca mejorar la visibilidad y reputación de Santander y el Departamento de Santander en el contexto internacional, atraer inversiones y talento y fomentar el crecimiento económico y social.
- f. Incrementar la colaboración público-privada, trabajar en colaboración con la Cámara de Comercio de Bucaramanga y otros actores clave, el programa busca fomentar la colaboración público-privada para apoyar al empresario Santandereano en su fortalecimiento y escalamiento empresarial frente al contexto global.

Para establecer un mecanismo de medición cuantitativo del alcance de los propuestos, se pueden utilizar indicadores clave que midan el impacto de las acciones implementadas. A continuación, se presentan algunos ejemplos de indicadores que podrían ser utilizados para medir el alcance de cada uno:

- a. Incrementar la internacionalización de las empresas exportadoras:
 - Número de empresas que inician operaciones en mercados internacionales.
 - Valor de las exportaciones y crecimiento porcentual.

- Porcentaje de empresas que aumentan su participación en mercados internacionales.
- b. Mejorar la competitividad de las empresas:
 - Índice de competitividad empresarial.
 - Número de empresas que mejoran su posición en el mercado.
 - Porcentaje de empresas que aumentan su participación en el mercado.
- c. Desarrollar competencias y habilidades en el equipo de la empresa:
 - Número de empleados que reciben capacitación.
 - Porcentaje de empleados que mejoran sus habilidades.
 - Índice de satisfacción de los empleados.
- d. Incrementar la generación de empleo:
 - Número de empleos generados.
 - Porcentaje de aumento en el empleo.
 - Índice de empleabilidad.
- e. Mejorar la visibilidad y reputación de la región:
 - Número de visitantes turísticos.
 - Porcentaje de aumento en la visibilidad de la región.
 - Índice de satisfacción de los turistas.
- f. Incrementar la colaboración público-privada:
 - Número de acuerdos de colaboración firmados.
 - Porcentaje de aumento en la colaboración.
 - Índice de satisfacción de los actores involucrados.

5.3.3 Acciones

- Diagnóstico de las empresas potenciales: La Cámara de Comercio de Bucaramanga debe realizar un diagnóstico exhaustivo de las empresas que podrían participar en el programa de agendas comerciales. Este diagnóstico debe incluir el análisis de la capacidad exportadora de las empresas, su experiencia previa en mercados internacionales, sus productos o servicios con potencial de exportación, y su situación financiera y organizacional. El objetivo es identificar a las empresas que cuentan con el perfil adecuado y el potencial necesario para beneficiarse del programa.
- Identificación de necesidades: Posterior al diagnóstico, la Cámara de Comercio debe realizar una identificación detallada de las necesidades específicas de las empresas potenciales. Esto implica analizar aspectos como la preparación de las empresas para la internacionalización, sus conocimientos en comercio exterior, sus desafíos en la gestión de actividades comerciales, y sus requerimientos de capacitación y asistencia técnica. La identificación de necesidades permitirá diseñar un programa de agendas comerciales que se ajuste de manera precisa a las demandas de las empresas.
- Segmentación de la base de datos de las empresas participantes: Una vez identificadas las empresas potenciales, la Cámara de Comercio debe segmentar su base de datos de contactos. La segmentación debe realizarse en función de criterios relevantes, como sector económico, tamaño de la empresa, ubicación geográfica, experiencia exportadora, entre otros. Esta segmentación permitirá personalizar las

agendas comerciales y las actividades del programa, adaptándolas a las necesidades específicas de cada grupo de empresas.

- Desarrollo de las agendas comerciales a través de:
 - Charla de sensibilización y focalización del programa para convocatoria y postulación: La Cámara de Comercio debe organizar charlas de sensibilización y focalización del programa de agendas comerciales, dirigidas a las empresas potenciales. En estas charlas se darán a conocer los objetivos, beneficios y requisitos del programa, para motivar a las empresas a postularse y participar. Adicionalmente, las charlas servirán para recopilar información adicional sobre las empresas interesadas y sus necesidades específicas.
 - Vinculación, evaluación de requisitos mínimos: Posterior a la convocatoria, la Cámara de Comercio debe evaluar las postulaciones de las empresas interesadas, verificando que cumplan con los requisitos mínimos establecidos para participar en el programa. Los requisitos mínimos pueden incluir aspectos como experiencia exportadora, capacidad productiva, solidez financiera, entre otros. Una vez evaluadas las postulaciones, se procederá a la vinculación formal de las empresas seleccionadas al programa de agendas comerciales.
- Inicio del programa, reunión uno a uno / definición de línea de trabajo: Tras la vinculación de las empresas, la Cámara de Comercio debe organizar reuniones individuales con cada una de ellas. El objetivo de estas reuniones será definir la línea de trabajo específica para cada empresa, estableciendo objetivos, estrategias

y actividades a desarrollar en el marco del programa de agendas comerciales. Estas reuniones permitirán personalizar el acompañamiento y la asistencia técnica que recibirán las empresas a lo largo del programa. Al implementar estas acciones de manera sistemática, la Cámara de Comercio de Bucaramanga podrá crear un programa de agendas comerciales que responda de manera precisa a las necesidades y potencialidades de las empresas participantes.

5.3.4 Indicadores

Medir el éxito del programa de agendas comerciales en la Cámara de Comercio de Bucaramanga se realizará mediante la implementación de un sistema de indicadores clave que evaluarán el impacto y los resultados del programa. Los indicadores específicos que se utilizarán para medir el éxito del programa de agendas comerciales en la CCB incluyen:

a. Participación:

- Número de empresas que participan en el programa: Los programas nuevos dentro de la compañía tienen una capacidad de 40 empresas, por lo tanto, alcanzar este máximo sería ideal para garantizar la optimización de recursos, aumentar el impacto económico, promover la diversidad sectorial y el fortalecimiento de la red de contactos y elevando la visibilidad del programa.
- Porcentaje de empresas que aumentan su participación a lo largo del tiempo: Por medio de este indicador, se identificará la efectividad del programa para atraer y retener empresas interesadas en el proceso de internacionalización,

de esta manera, si el porcentaje de crecimiento por empresa aumenta indicando una demanda creciente, justificando la expansión del programa o la incorporación de nuevas actividades. Por otro lado, si el porcentaje disminuye, puede ser necesario revisar la estrategia o el enfoque del programa para aumentar su atractivo y relevancia. Cuantitativamente llevado por la formula:

$$\% \text{ de aumento} = (\text{Numero de empresas que aumentaron su participación} / \text{Total de empresas participantes en el periodo inicial}) \times 100$$

El "Número de empresas que aumentaron su participación" es la diferencia entre el número de empresas que participaron en un periodo de tiempo posterior y el número de empresas que participaron en el periodo inicial; el "Total de empresas participantes en el periodo inicial" es el número de empresas que participaron en el programa en el periodo inicial.

Esta fórmula dará el porcentaje de empresas que aumentaron su participación con respecto al número total de empresas que participaron en el periodo inicial.

b. Generación de oportunidades de negocio:

- Número de oportunidades de negocio generadas.

c. Acuerdos comerciales:

- Valor de los acuerdos comerciales firmados: Según lineamientos internos de la CCB, para que las empresas puedan aplicar y participar en el programa, la suma de las operaciones exportadoras debe ser iguales o superiores a los 20.000 USD (80 millones COP), de esta manera se garantiza

que las empresas estén en capacidad de asumir y responder frente al compromiso con empresas internacionales de gran tamaño.

d. Satisfacción de los participantes:

- Índice de satisfacción de las empresas participantes con el programa, este se puede calcular por medio de la formula:

$$\text{Índice de satisfacción} = (\text{Numero de interacciones positivas} - \text{Numero de interacciones negativas}) / (\text{Número total de interacciones}) \times 100 + (\text{Numero de objetivos alcanzados}) / (\text{Numero de objetivos totales}) \times 100$$

En donde el Número de Interacciones Positivas se refiere a la cantidad de veces que los usuarios han tenido experiencias positivas con el programa, como una reunión exitosa o una venta cerrada. Número de Interacciones Negativas pertenece a la cantidad de veces que los usuarios han tenido experiencias como errores en el programa o reuniones canceladas. El número Total de Interacciones corresponde a la suma de interacciones positivas y negativas. Número de Objetivos Alcanzados incluye las metas o hitos que la empresa se propuso alcanzar utilizando el programa. Número de Objetivos Totales es el total de metas establecidas por la empresa al inicio del periodo evaluado.

La primera parte de la fórmula mide la satisfacción general basada en las interacciones diarias con el programa, mientras que la segunda parte evalúa el cumplimiento de objetivos a largo plazo. La suma de ambas partes da el índice de satisfacción total, que se puede expresar como un porcentaje. Este índice ayudaría a las empresas a entender no solo cómo se sienten los

usuarios con el programa día a día, sino también si el programa está ayudando a alcanzar sus metas comerciales.

e. Impacto económico y social:

- Impacto en el crecimiento económico regional, se propone medir este indicador con la formula:

$$\text{Impacto Económico} = (PIB \text{ post} - PIB \text{ pre} / PIB \text{ pre}) \times 100$$

PIB post es el Producto Interno Bruto de Santander después de la implementación del programa, mientras que el PIB pre, hace referencia al Producto Interno Bruto de Santander antes de la implementación del programa.

Esta fórmula mide el cambio porcentual en el PIB, lo que refleja el impacto directo en el crecimiento económico regional.

- Impacto en la creación de empleo, para este indicador se plantea la formula:

$$\text{Impacto Empleo} = (Empleos \text{ creados} / Población \text{ económicamente activa}) \times 100$$

El valor equivalente a los Empleos Creados corresponde al número de empleos generados directamente por las empresas que utilizan el programa; la Población Económicamente Activa se refiere al número total de personas que conforman la fuerza laboral en Santander.

Esta fórmula proporciona el porcentaje de nuevos empleos en relación con la población económicamente activa.

f. Eficiencia y efectividad:

- Eficiencia en la gestión de las reuniones y eventos.

$$\text{Eficiencia} = (\text{Numero de reuniones productivas} / \text{Numero de reuniones total}) \times 100$$

Número de reuniones productivas representa la cantidad de reuniones que resultaron en acuerdos o avances significativos; Número de reuniones total equivale al número total de reuniones realizadas. Esta fórmula evalúa qué tan productivas son las reuniones gestionadas, en términos de resultados tangibles, en relación con el número total de reuniones.

- Eficiencia en la comunicación con las empresas participantes.

$$\text{Eficiencia Com} = (\text{Numero de respuestas positivas} / \text{Numero de comunicaciones total}) \times 100$$

Número de respuestas positivas recibidas por las empresas participantes de parte de los socios comerciales. El Número de comunicaciones total representa las comunicaciones enviadas a las empresas/ socios internacionales. Esta fórmula mide la efectividad de la comunicación basada en la proporción de respuestas positivas recibidas.

g. Sostenibilidad:

- Sostenibilidad del programa a largo plazo: Para llevar un seguimiento cuantitativo de la sostenibilidad de un programa de agendas comerciales a largo plazo, se plantea desarrollar una fórmula que considere los factores clave.

$$\text{Sostenibilidad} = \frac{(V_e \times E_o \times I_s) - (C + D)}{T}$$

Ve corresponde a la viabilidad económica, como el crecimiento de económico de la región. Eo es la eficiencia operativa, que puede medirse a través de los resultados obtenidos, como la cantidad de reuniones ejecutadas productivamente. Is es el impacto social, que puede ser representada por la creación de empleo en Santander. C son los costos asociados con la ejecución como el presupuesto disponible para financiar el programa. D representa la depreciación de los activos y recursos a lo largo del tiempo. T sería el tiempo, que permite normalizar la fórmula para hacerla comparable a lo largo de diferentes periodos.

Esta fórmula toma en cuenta no solo los beneficios y el impacto positivo del programa, sino también los costos y la depreciación de los recursos, ofreciendo una visión más completa de la sostenibilidad a largo plazo. específico del programa. Además, se deben realizar evaluaciones periódicas para actualizar los datos y reflejar los cambios a lo largo del tiempo.

Estos indicadores permitirán evaluar de manera integral el éxito del programa de agendas comerciales en la CCB, identificando áreas de mejora, midiendo el impacto en las empresas participantes y en la región, y tomando decisiones informadas para optimizar el programa y alcanzar los objetivos establecidos.

5.3.5 Actividades por realizar

La metodología participativa involucra a las partes interesadas en un proceso de toma de decisiones o diseño de programas, permitiendo que contribuyan con sus ideas, experiencias y perspectivas y se aplique eficazmente en las acciones planteadas para crear agendas comerciales

en la Cámara de Comercio de Bucaramanga para involucrar a los actores relevantes y garantizar una implementación exitosa y alineada con las necesidades de las empresas participantes. A continuación, se detalla cómo se puede aplicar la metodología participativa en las diferentes etapas del programa:

- Definición de objetivos y alcance del programa: En esta etapa, se pueden realizar sesiones participativas con representantes de empresas, instituciones educativas y otros actores clave para identificar de manera colaborativa los objetivos del programa, las necesidades del sector empresarial y las expectativas de los participantes.
- Diseño del programa: Se pueden organizar talleres participativos con empresarios, expertos en educación y otros stakeholders para co-diseñar el programa de agendas comerciales, incorporando sus ideas, sugerencias y experiencias para garantizar la pertinencia y efectividad del programa.
- Identificación de empresas potenciales: Se pueden realizar mesas de trabajo participativas con empresas de la región para identificar aquellas con potencial exportador y recopilar información relevante sobre sus necesidades, desafíos y expectativas en relación con el programa de agendas comerciales.
- Convocatoria y postulación: Se pueden organizar sesiones informativas participativas para explicar el programa, sus beneficios y requisitos, y fomentar la participación de las empresas interesadas en postularse, permitiendo que expresen sus inquietudes y expectativas.
- Inicio del programa y reuniones uno a uno: Durante las reuniones individuales con las empresas seleccionadas, se puede promover un enfoque participativo que

involucre a los empresarios en la definición de sus necesidades específicas, objetivos comerciales y expectativas de la colaboración.

Al aplicar la metodología participativa en las diferentes etapas del programa de agendas comerciales, la CCB podrá asegurar la participación de los actores relevantes, la co-creación de soluciones adaptadas a las necesidades del sector empresarial y una implementación efectiva y alineada con las expectativas de las empresas participantes.

5.3.6 Responsables

El área de crecimiento y sostenibilidad, en conjunto con la línea de Global Plan Santander, son los responsables de desarrollar el programa de creación de agendas comerciales y liderar la última etapa de la ruta de internacionalización por las siguientes razones:

- **Enfoque en el desarrollo sostenible:** El área de crecimiento y sostenibilidad se enfoca en promover el desarrollo económico de manera sostenible, considerando aspectos ambientales, sociales y económicos. Al liderar el programa de agendas comerciales, se garantiza que las actividades comerciales se alineen con prácticas sostenibles y responsables.
- **Visión global y estratégica:** La línea de Global Plan Santander tiene una visión global y estratégica para potenciar la internacionalización del departamento. Al integrar esta perspectiva en el programa de agendas comerciales, se asegura que las empresas participantes puedan expandir sus operaciones de manera efectiva en mercados internacionales.
- **Coordinación de esfuerzos:** El área de crecimiento y sostenibilidad, en colaboración con la línea de Global Plan Santander, puede coordinar los esfuerzos de diferentes

actores y sectores para impulsar la internacionalización de las empresas de manera integral y efectiva.

- Enfoque en la transformación social: Ambas áreas tienen como objetivo liderar la transformación social y económica de la región. Al desarrollar el programa de agendas comerciales, se busca no solo impulsar el crecimiento empresarial, sino también contribuir al desarrollo social y económico sostenible de Santander.
- Experiencia y conocimiento: El área de crecimiento y sostenibilidad, junto con la línea de Global Plan Santander, cuentan con la experiencia y el conocimiento necesarios para diseñar e implementar estrategias efectivas de internacionalización, lo que los posiciona como los responsables ideales para llevar a cabo esta última etapa de la ruta de internacionalización.
- La contribución de la línea de Global Plan Santander es esencial, ya que su enfoque se centra en potenciar la internacionalización del departamento y trabajar hacia un objetivo común para la región. Destacan varios aspectos clave que subrayan su importancia. En primer lugar, su labor se centra en impulsar la internacionalización de las empresas locales, lo que se alinea directamente con la elaboración de agendas comerciales para fomentar la expansión de los negocios en mercados internacionales. Además, busca una articulación sólida entre los sectores público y privado, fundamental para respaldar el fortalecimiento y crecimiento empresarial a nivel global. Esta colaboración es esencial en la creación de agendas comerciales para garantizar su efectividad y repercusión. La línea de Global Plan Santander se compromete a ofrecer muchos programas de formación y asistencia técnica, adaptados a las necesidades del momento y pertinentes para el contexto

empresarial. Esto resulta crucial en el desarrollo de las agendas comerciales, ya que proporciona a las empresas participantes las herramientas y conocimientos necesarios para su internacionalización. Asimismo, busca reivindicar el papel del empresario como motor de crecimiento económico y generador de bienestar en la sociedad. En el contexto de la creación de agendas comerciales, esto implica respaldar a los empresarios en su proceso de internacionalización para contribuir al desarrollo económico de la región. Por lo tanto, la línea de Global Plan Santander juega un papel fundamental en la creación de agendas comerciales en la CCB al promover la internacionalización, fomentar la colaboración público-privada, ofrecer programas de formación y asistencia técnica, y destacar el papel del empresario como generador de riqueza y bienestar en la sociedad.

5.3.7 Recursos

La financiación del programa de agendas comerciales por parte de la Cámara de Comercio de Bucaramanga se puede llevar a cabo a través de fuentes como:

- Presupuesto propio de la CCB: Como entidad dedicada al desarrollo regional, la CCB destina recursos de su propio presupuesto para el desarrollo y ejecución del programa de agendas comerciales. Estos fondos cubren los costos de personal, tecnología, logística de eventos y otros gastos operativos relacionados con la implementación del programa.
- Alianzas y colaboraciones público-privadas: La CCB establece alianzas y colaboraciones con entidades públicas y privadas, como ProColombia, para

potenciar el programa de agendas comerciales y acceder a recursos adicionales. Estas colaboraciones pueden incluir cofinanciación, intercambio de conocimientos y experiencias, y articulación de esfuerzos para beneficiar a las empresas participantes.

- Ingresos por servicios y actividades del programa: Aunque el programa tiene un enfoque de apoyo y desarrollo empresarial, la CCB puede generar ingresos a través de la prestación de servicios especializados, como asesorías, capacitaciones y participación en actividades comerciales. Estos ingresos se reinvierten en el fortalecimiento y sostenibilidad del programa.
- Patrocinios y auspicios: La CCB busca patrocinios y auspicios de empresas, gremios o instituciones interesadas en apoyar el programa de agendas comerciales y la internacionalización de las empresas de la región. Estas colaboraciones contribuyen significativamente a la financiación del programa.

Al combinar estas fuentes de financiación, la CCB puede asegurar los recursos necesarios para implementar un programa de agendas comerciales sólido y sostenible, que brinde un apoyo integral a las empresas de Santander en su proceso de internacionalización.

6. Conclusiones y recomendaciones

Hacer prácticas universitarias en la Cámara de Comercio de Bucaramanga fue una experiencia gratificante, llena de aprendizaje personal y profesional, que permitió acercarse a situaciones laborales complejas que llevan a la competitividad y desarrollar habilidades sociales y de adaptación según la situación; esta experiencia permite reconocer y apreciar habilidades y

cualidades que a nivel personal no se había podido explotar en su totalidad desde la posición como estudiante y que contribuyeron con el cumplimiento de las funciones laborales de manera eficiente y organizada.

Queda una experiencia positiva, donde fue posible conocer a diferentes personas y profesionales que acogieron a la practicante en el equipo y guiaron el proceso, haciendo sentir parte del equipo, tratando de manera equitativa para ampliar las habilidades sociales y de comunicación, rompiendo así el hielo y el temor al enfrentamiento a un entorno laboral y competitivo, dejando así un recuerdo agradable y para toda la vida de lo que fue el primer equipo de trabajo y los primeros retos como profesional.

Como recomendación, se considera fundamental continuar brindando capacitación, asesoramiento y acompañamiento especializado a los empresarios que desean iniciar actividades como exportadores, para que puedan contar con las herramientas necesarias para enfrentar los desafíos del mercado internacional y aprovechar las oportunidades de negocio que este ofrece.

Referencias

Agencia Lía Comunicación: (2023, 22 de febrero). Gamificación en redes sociales.

<https://www.agencialiacomunicacion.es/gamificacion-en-redes-sociales/>

Banco Mundial. (2023, 23 de mayo). ¿Cómo afecta el aumento de las tasas de interés en Estados Unidos a las economías emergentes?

<https://blogs.worldbank.org/es/datos/como-afecta-el-aumento-de-las-tasas-de-interes-en-estados-unidos-las-economias-emergentes>

BBC News Mundo. (2023, 16 de noviembre). La Fed sube las tasas de interés en 0,75 puntos, la mayor alza desde 1994. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-64518912>

Cámara de Comercio de Bucaramanga: (2023). Conferencia de marketing digital y uso de redes sociales. [https://www.camaradirecta.com/eventos-](https://www.camaradirecta.com/eventos-estrategicos/conferencia/conferencia-de-marketing-digital-y-uso-de-redes-sociales/)

[estrategicos/conferencia/conferencia-de-marketing-digital-y-uso-de-redes-sociales/](https://www.camaradirecta.com/eventos-estrategicos/conferencia/conferencia-de-marketing-digital-y-uso-de-redes-sociales/)

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2024). Estructura orgánica - Organigrama.

<https://www.camaradirecta.com/institucional/informacion-de-la-entidad/estructura-orgnica-organigrama/>

Cámara de Comercio de Bucaramanga: (2023). Funciones y deberes.

<https://www.camaradirecta.com/institucional/informacion-de-la-entidad/funciones-y-deberes-camara-de-comercio-de-bucaramanga/>

Cámara de Comercio de Bucaramanga: (2023). Global Plan Santander. Obtenido de

<https://www.camaradirecta.com/en/global-plan-santander/>

Cámara de Comercio de Bucaramanga: (2023). Ha llegado el Global Plan Santander.

<https://camaradirecta.com/conexion/iha-llegado-el-global-plan-santander>

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2023). Global Plan Santander. Obtenido de <https://www.camaradirecta.com/en/global-plan-santander/>

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2024). Misión y visión. <https://www.camaradirecta.com/institucional/informacion-de-la-entidad/11a-mision-y-vision/>

Cho, A. (2023, 15 de noviembre). How the Fed's Rate Increases Will Ripple Around the World. The New York Times.

Decreto 1807 de 29 de octubre de 1915 Colombia. (1915). Decreto 1807 de 29 de octubre de 1915. Por el cual se crean las Cámaras de Comercio de Cúcuta, Cartagena, Cali y Bucaramanga. Bogotá, D.C.: Diario Oficial de Colombia, No. 15639, noviembre 9 de 1915.

HubSpot. (2023, 20 de abril). Las mejores campañas de contenido generado por usuarios en Instagram. <https://blog.hubspot.es/marketing/mejores-campanas-contenido-usuarios-instagram>

Ley 1712 de 2014 Colombia. (2014). Ley 1712 de 2014. Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones. Bogotá, D.C.: Diario Oficial de Colombia, No. 49120, marzo 6 de 2014.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023, 22 de febrero). Santander, piloto regional de internacionalización. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/comercio/santander-plan-piloto-regional-internacionalizacio>

- Moreno-Mejía, L. F., & Vargas-Hernández, J. G. (2019). Efectos de la política monetaria de Estados Unidos sobre la economía colombiana. Banco de la República.
https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/dtser_180.p
- Muñoz-Erazo, J. D. (2023). Efectos del aumento de la tasa de interés de la Reserva Federal de Estados Unidos en la economía colombiana. Universidad Icesi.
https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/5514/1/12.pdf
- Ortiz, F. (2023, 2 de mayo). ¿Cómo afectará a Colombia el aumento de la tasa de intervención de la Reserva Federal de Estados Unidos?
<https://www.uexternado.edu.co/economia/como-afectara-a-colombia-el-aumento-de-la-tasa-de-intervencion-de-la-reserva-federal-de-estados-unidos/>
- ProColombia. (2023). Inicio. Obtenido de <https://procolombia.co/>
- Restrepo, J. C. (2023, 16 de noviembre). ¿Qué impacto tiene para Colombia la subida de tasas de la Reserva Federal? El Espectador.
- Resolución N° 1519 de 2020 Colombia. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2020). Resolución 1519 de 2020. Por la cual se definen los estándares y directrices para publicar la información señalada en la Ley 1712 del 2014 y se definen los requisitos en materia de acceso a la información pública, accesibilidad web, seguridad digital, y datos abiertos. Bogotá, D.C.: Diario Oficial de Colombia, No. 51521, diciembre 7 de 2020.
- Serna, H. (2018). Marketing estratégico para la internacionalización de empresas. Ediciones de la U.
- Vanguardia. (2023, 14 de noviembre). Conozca la nueva estrategia de la Cámara de Comercio de Bucaramanga para fortalecer las empresas santandereanas.

<https://vanguardia.com/economia/local/conozca-la-nueva-estrategia-de-la-camara-de-comercio-de-bucaramanga-para-fortalecer-las-empresas-santandereanas-DY5054713>

Vanguardia. (2023, 14 de noviembre). Conozca la nueva estrategia de la Cámara de Comercio de Bucaramanga para fortalecer las empresas santandereanas.

<https://vanguardia.com/economia/local/conozca-la-nueva-estrategia-de-la-camara-de-comercio-de-bucaramanga-para-fortalecer-las-empresas-santandereanas-DY5054713>

