

**La Cámara Colombo China de Inversión y Comercio (CCCHIC): una entidad de
conocimiento y producción intelectual**

Yuli Stefanni Palencia Simijaca

Informe Presentado para Optar al Título de
Profesional en Negocios Internacionales

Tutor de Prácticas:

Leidy Viviana Quintin Lizcano

Universidad Santo Tomás

Facultad de Negocios Internacionales

Proyecto de Grado

Bogotá D, C

2021

RESUMEN:

La Cámara Colombo China de Inversión y Comercio (CCCHIC), es una entidad privada sin ánimo de lucro fundada en el 2010, con apoyo de diferentes entidades tales como: la ANDI, Fenalco, SAC y las Embajadas China y Colombiana, con el propósito de promover las relaciones bilaterales a nivel económico, político, comercial y cultural.

En sus objetivos generales, se encuentra el posicionamiento como un actor relevante en las relaciones Chino-colombianas , siendo protagonista en diferentes iniciativas a nivel económico, comercial y cultural, como se menciona en el libro publicado en 2020 por la Cámara en apoyo con la Embajada de China en Colombia y la Asociación para la amistad Colombo China, destacando el desarrollo del diálogo entre China y Colombia, evento institucional que permite acercar a los empresarios y extender el alcance del conocimiento y casos de éxito que inspiran a estrechar lazos, con la participación de entidades gubernamentales, académicas y de promoción de inversión, de igual manera, el trabajo conjunto con entidades como Procolombia ha permitido tanto el relacionamiento exitoso de empresas chinas en Colombia, para el desarrollo de proyectos de comunicaciones e infraestructura, como la construcción de una red de apoyo para empresarios colombianos interesados en ingresar al mercado chino.

Así entonces, al interior de la práctica profesional en la CCHIC, se observaron algunas oportunidades aprovechables, las cuales se desarrollan en el presente plan de mejora. Dichas oportunidades se encuentran enfocadas en ampliar el reconocimiento de la Cámara Colombo China de Inversión y Comercio – CCCHIC a partir de la investigación, de la mano de instituciones de educación superior, con el fin de permitir la exposición de la entidad a partir de los resultados, publicables, de diferentes líneas de investigación en el marco de las relaciones bilaterales sino colombianas.

Lo anterior en pro de mejorar la imagen de China en Colombia, y entonces, continuar ampliando el papel protagónico de la Cámara en las relaciones bilaterales, además de ofrecer beneficios en materia de información y conocimiento de los mercados, para sus afiliados.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco y dedico este proyecto a Dios por permitirme y guiarme en la realización de cada una de las metas propuestas a lo largo de este camino universitario; a mi madre, a mi padre y a mi padrino, por sus esfuerzos, su respaldo incondicional y cada impulso que me dieron para lograr llegar a este punto.

A mis docentes por su apoyo, sus enseñanzas más allá de la cátedra, sus palabras de aliento y su motivación para seguir superando retos; con sus distintas maneras de enseñar hicieron de este momento de mi vida una de las mejores experiencias. A Ernesto Arguello, Jorge Silva, Dayana Benavides y Alex Nicholls especiales agradecimientos por ayudarme a formar un pensamiento profesional y enfocado, para mi proyecto de vida.

También es importante mencionar aquellos amigos y compañeros, que compartieron la alegría y las batallas de cada momento, gracias a Wendy Avila, Luis Carlos Montenegro, Jessika Mejía, Giseth Cadena y Nicolas Ruiz, y a los que, aunque no he mencionado fueron un gran apoyo y unos compañeros que nutrieron en parte cada rol que puede desempeñar, gracias por invitarme a aceptar retos, y en medio de la sana competencia, sacar lo mejor de nuestras habilidades y continuar aprendiendo de los demás.

De igual manera, a la entidad que me permitió desarrollar mis prácticas profesionales, y me brindó la oportunidad de conocer, aprender y ampliar mi visión en el sentido empresarial. A Lina, quien fue mi jefa directa y me apoyo en cada etapa de mi labor, a Jaime el Director Ejecutivo, por la confianza en hacer parte de esta entidad y sus proyectos; y a todo el equipo, Laura Cuadros, María José y Juan, por la sinergia tan agradable que se construyó en tan poco tiempo, aun en la virtualidad y con las fronteras que nos separan.

Por último, a la universidad en general, a sus colaboradores, en las diferentes áreas, departamentos y direcciones, quienes fueron fundamentales en mi desarrollo profesional, y en cada rol que me fue permitido desempeñar, como monitora, representante, investigadora y practicante. Gracias por un proceso formativo integral y dinámico.

INTRODUCCIÓN:

En los últimos años, China se ha destacado por su creciente importancia en el contexto internacional, y ha comenzado a ser uno de los agentes estratégicos más importantes para los países latinoamericanos. Para el caso de Colombia, en el 2020, además de cumplir cuatro décadas de relaciones bilaterales. China continúa posicionándose como su segundo socio comercial más importante.

Diferentes entidades gubernamentales y privadas, han hecho parte de esta trayectoria, como lo es el caso de la Cámara Colombo China de Inversión y Comercio, quien juega un papel considerable en la promoción de éstas relaciones bilaterales; facilitando además la conexión, representación, apoyo de intereses y proyectos de empresarios chinos y colombianos, siendo reconocida como un punto clave de acercamiento en estos dos mercados.

Su papel como punto de conexión y facilitador en la inmersión a nuevos mercados, su apoyo con el contacto con entidades gubernamentales chinas y colombianas, y su identificación de oportunidades con cámaras de comercio regionales y binacionales, tanto en Colombia como en América Latina, podría generar un impacto mayor, si pudiera convertirse en un generador de conocimiento, que le permita entrar en el área investigativa y además reforzar el criterio de autoridad con la que cuenta, a partir de información de primera mano, que respalde la emisión de conceptos y guías para las empresas afiliadas.

Por lo tanto, se propone desarrollar un centro de investigación apoyado por una o varias instituciones académicas, en medio del cual se desarrolle la investigación de diferentes factores que enmarcan el desarrollo político, económico, social, ambiental y comercial de las relaciones bilaterales entre China y Colombia. Que además tenga como resultado la publicación de informes, estudios periódicos, entre otros elementos, que sirvan de insumo para el empresario, en su formación y preparación para su incursión y evolución en un mercado diferente al nacional.

Lo anterior, a partir de la generación e intercambio de conocimiento de los actores del centro de investigación, en primer lugar la Cámara con su papel de promotor y facilitador de las fuentes e información, que de la mano de sus afiliados, aportan el conocimiento práctico y la realidad del ambiente de los negocios, además de proponer y alimentar las líneas de investigación para su aplicación en el enfoque empresarial actual. Por otro lado, la entidad académica que apoye la investigación con la búsqueda y consolidación de información de fuentes veraces y reales que permitan crear una base sólida de información y comunicación.

Dando así la oportunidad a la consolidación de propiedad intelectual que contribuya, a la construcción de tejido documental, con aprovechamiento empresarial, además de la promoción de la imagen de China, destacando su potencial tecnológico y de innovación, así como la promoción de Colombia como país de grandes fortalezas y clave en el mercado Latinoamericano.

Contenido

PARTE II: LA EMPRESA	7
1.1	7
1.1.1 Misión, Visión y Valores.	7
1.1.2 Ubicación Geográfica	7
1.1.3 Organigrama:	8
1.1.4.1 Análisis DOFA	9
PARTE III: PLANTEAMIENTO DEL PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES	10
2.1 Planteamiento Central.	10
2.2 Importancia, Limitaciones Y Alcance	10
2.3 Objetivo General:	12
2.3.1 Objetivos Específicos:	12
PARTE IV: CONTENIDO DEL PLAN DE MEJORA	12
3.1 Propuesta De Mejora	13
3.2 Conclusiones	20
3.3 Bibliografía	22
3.4 Anexos	23
PARTE V: SEGUIMIENTO PRÁCTICA PROFESIONAL	23
3.1 Actividades Realizadas Dentro De La Organización	23
3.1.1 Cumplimiento de Objetivo Trazados	1

PARTE II: LA EMPRESA

1.1 Aspectos Generales:

La Cámara Colombo China de Inversión y Comercio - CCCHIC, es una entidad privada sin ánimo de lucro con diez años de trayectoria, que desarrolla diferentes estrategias en el marco de su objetivo de promover las relaciones políticas, económicas, comerciales y culturales entre China y Colombia. Llegando a ser el punto de conexión entre empresarios chinos y colombianos, además de desempeñar un papel importante en la representación de los intereses de sus afiliados

1.1.1 Misión, Visión y Valores.

MISIÓN

La CCCHIC es una organización binacional sin ánimo de lucro que promueve, direcciona, articula, facilita, integra, investiga y coopera con los sectores públicos y privados de Colombia y China en pro del desarrollo e incremento de oportunidades y beneficios comerciales y de inversión. Así mismo, promueve el intercambio cultural entre los dos países.

VISIÓN

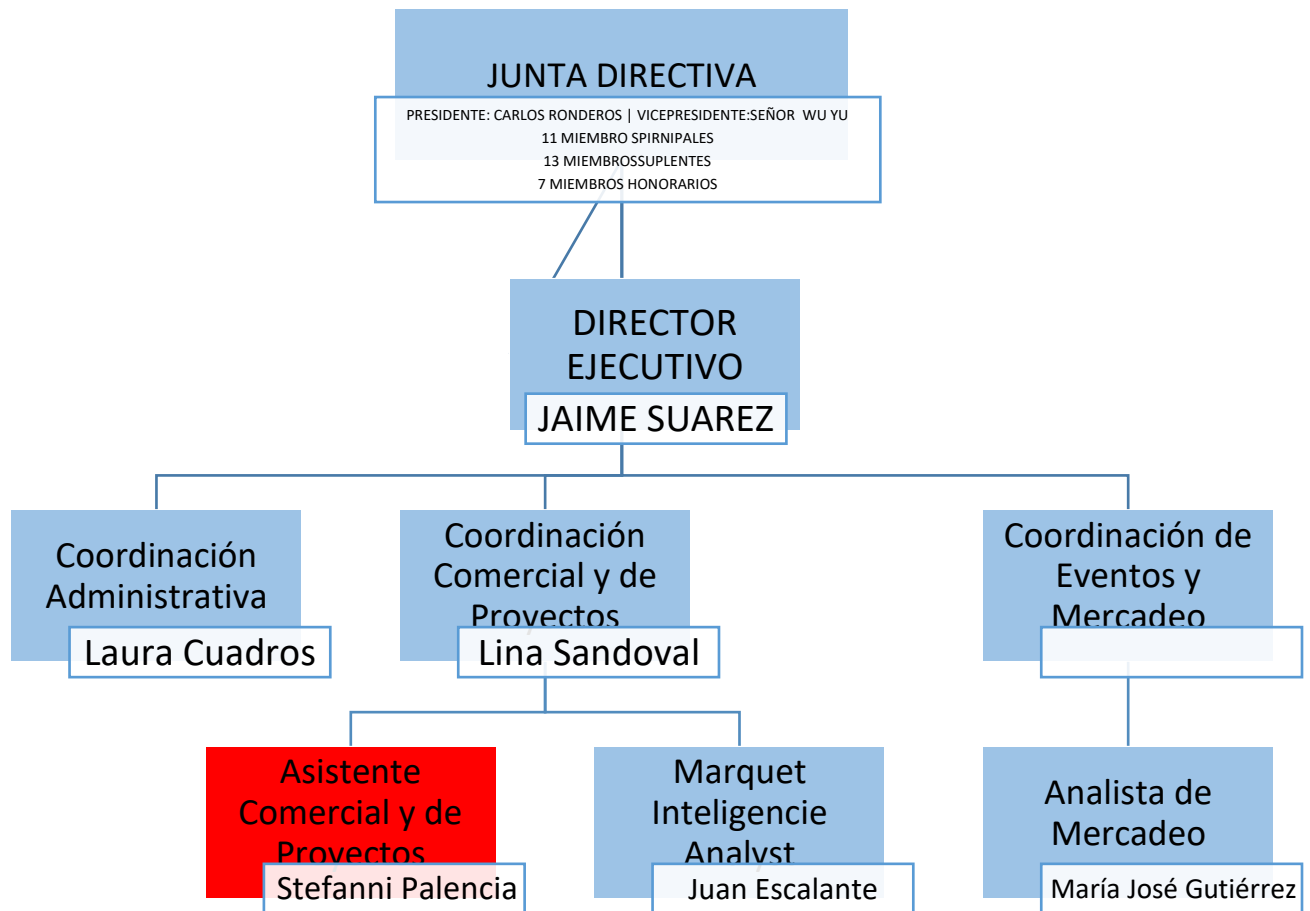
En el año 2020, la cámara será reconocida por sus grupos de interés, como el referente principal en los procesos de integración entre Colombia y China.

1.1.2 Ubicación Geográfica

- Dirección: Carrera 15 No. 88 – 64 | Edificio Torre Zimma | Oficina 521
Bogotá, Colombia

1.1.3 Organigrama:

Figura 1 Organigrama



1.1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.

- Coordinación Comercial y de Proyectos

1.1.4.1 Análisis DOFA*Tabla 1 Análisis DOFA*

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
- Cuenta con un equipo pequeño, quienes desarrollan múltiples actividades. - No es una fuente de conocimiento, respaldada por investigación. - El alcance del reconocimiento es limitado. - Beneficios limitados en información para sus afiliados.	- Crecimiento de la Inversión China en Colombia hacia los últimos años. - Aumento del interés de empresarios colombianos en el mercado chino, tanto para la importación como exportación. - El requerimiento de una negociación informada y las habilidades para sostenerla. - El interés académico en la producción intelectual e investigación del papel de Asia Pacífico y Latinoamérica.
FORTALEZAS	AMENAZAS
- Reconocimiento en el sector empresarial, relacionado con China. - Apoyo de diferentes entidades nacionales tanto colombianas como chinas. - Conocimiento práctico de la realidad empresarial. - Desarrollo constante de proyectos y estrategias para la promoción de las relaciones bilaterales. - Eventos relacionados con la academia.	- El creciente papel y la importancia de cámaras binacionales como AMCHAM que ganan protagonismo. - La información negativa sobre China y su relación con Colombia y Latinoamérica. - La desafiliación de diferentes empresas, lo que crea un déficit presupuestal para la inversión en nuevos proyectos.

PARTE III: PLANTEAMIENTO DEL PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

2.1 Planteamiento Central.

La (CCCHIC) como entidad binacional que representa a uno de los mayores actores de comercio a nivel mundial, como lo es China, podría ampliar su área de influencia, siendo reconocida como un centro de conocimiento. Con la consolidación de información a partir del sector real, con la experiencia de sus afiliados, con su conocimiento propio del mercado chino y con las oportunidades que el empresario colombiano puede encontrar allí, además de fuentes secundarias veraces y realistas que puedan contribuir a la investigación. Entonces, convertirse en una fuente de información y referente de conocimiento en materia económica, comercial, política, social, ambiental y cultural de las relaciones Chino-colombianas, contribuyendo al cambio de la percepción negativa de China en Colombia, destacando la labor, el potencial y el futuro de las relaciones a nivel empresarial, cultural, y adicionalmente apoyando al empresario colombiano en la búsqueda de nuevos mercados, con una guía informada, que le permita crear una correcta visión de las oportunidades y estrategias que se pueden desarrollar en medio del mercado tan diverso como el que ofrece el gigante asiático.

2.2 Importancia, Limitaciones Y Alcance

2.2.1 Importancia:

La importancia de esta estrategia radica en el posicionamiento de la Cámara como una entidad capaz de ofrecer información confiable y veraz de la realidad del comercio y las oportunidades para empresarios colombianos, esto como respuesta a la información general que circula en medios de comunicación, que en diferentes ocasiones se enfoca en los aspectos negativos, de mejora o insuficiencias de las compañías chinas en Colombia, y de las restricciones que impone el mercado chino, que terminan por opacar las oportunidades y beneficios que en realidad se pueden obtener, y que lo confirman los empresarios relacionados y afiliados a la

Cámara, que destacan que China ofrece amplias modalidades para abrir sus puertas a empresarios extranjeros, y de igual manera sus empresas se esfuerzan por dejar un huella positiva y apoyar el desarrollo de los países donde establecen sus inversiones, como el caso de empresas mineras que apoyan el desarrollo de caficultores con la exportación de sus cultivos a China, o cómo los jóvenes talentos que empresas de tecnología impulsan para incentivar la innovación en Colombia. Es por esto que se plantea la creación de un centro que promueva la información positiva y confiable de las oportunidades que hay para la internacionalización en China y que respalde la importancia de atraer también inversión para el desarrollo nacional.

Así mismo es importante para la Cámara porque es una oportunidad para extender su reconocimiento y fortalecer su posicionamiento como una entidad esencial en las relaciones bilaterales de China y Colombia, dando el respaldo necesario para emitir conceptos en situaciones de coyuntura.

2.2.2 Limitación

La principal limitación radica en la falta de experiencia en relación con la academia para establecer convenios de tipo investigador, lo que puede resultar un desventaja y contratiempo en la creación y planeación del proyecto.

Dentro de las limitaciones se encuentran la disponibilidad de tiempo y capital humano para realizar la investigación y publicaciones de manera periódica, además de los recursos empleados para la difusión de los resultados más allá del círculo de la Cámara, afiliados, aliados e interesados.

2.2.3 Alcances

Si se logran sobrepasar las limitaciones es posible que el reconocimiento de la Cámara en el sector académico y empresarial se incremente de manera exponencial, al promocionarse como una entidad no solo comercial sino de referencia, y de obligatorio conocimiento para las empresas que desean incursionar en China. Además de incrementar su importancia como socio

estratégico de las compañías chinas que llegan a Colombia, en búsqueda de reflejar una imagen positiva partiendo de su labor como inversores y actores en el desarrollo económico del país.

Por otro lado, a partir de la información publicada se puede contrarrestar el papel negativo y la imagen que se ha creado a lo largo de los años de China en Colombia, así como potenciar la relevancia estratégica de este último como socio comercial para el país asiático.

2.3 Objetivo General:

Dar a conocer a la Cámara Colombo China de Inversión y Comercio, como una entidad de conocimiento y promoción de la investigación en escenarios académicos, que dé como resultado el aprovechamiento de las oportunidades comerciales para empresarios chinos y colombianos que quieran explorar su nuevo mercado.

2.3.1 Objetivos Específicos:

- Establecer alianzas con instituciones de educación superior para la creación de un centro de investigación, que permita identificar oportunidades para los empresarios afiliados y entidades aliadas de CCCHIC, y que contribuya a mejorar la imagen del empresario chino en Colombia, mostrando información real y verificable.
- Generar conocimiento y producción intelectual que aporte al fortalecimiento de la transferencia del mismo entre la academia y el sector empresarial.
- Ofrecer información veraz, confiable y exclusiva a los afiliados de CCCHIC a través de la publicación periódica de hallazgos y resultados obtenidos de la investigación en las diferentes líneas del centro, respaldadas por una entidad académica con experiencia en esta publicación de propiedad intelectual.
- Ampliar el reconocimiento de la Cámara Colombo China en diferentes escenarios y medios, a través de las diferentes publicaciones y eventos a los que diere lugar el centro de investigación, atrayendo de esta manera un mayor número de empresas interesadas en el mercado chino, y obteniendo así potenciales afiliados de los diferentes sectores impactados.

PARTE IV: CONTENIDO DEL PLAN DE MEJORA

3.1 Propuesta De Mejora

La Cámara Colombo China de Inversión y Comercio – CCCHIC, cuenta con diferentes servicios y beneficios exclusivos para sus afiliados, entre ellos el acceso a información privilegiada, relacionada con oportunidades comerciales, eventos exclusivos y publicaciones tanto investigativas como informativas, que proporcionan a los empresarios herramientas para gestionar sus negocios y sacar el mejor provecho de sus relaciones tanto en China como en Colombia.

Así mismo, la Cámara ha desempeñado un papel importante tanto en el cambio de la percepción sobre la inversión china, como en la promoción del conocimiento de este mercado y sus oportunidades en diferentes sectores.

En materia de publicaciones para sus afiliados, cuenta con el boletín estadístico, que proporciona al empresario información sobre el comportamiento de las relaciones comerciales entre China y Colombia, generalmente con periodicidad semestral o anual. Adicionalmente cuenta con información proveniente de sus empresas afiliadas sobre las oportunidades y evolución de los mercados y las relaciones bilaterales.

Desde el 2020 ha estructurado un área dedicada específicamente al Market Intelligence, donde se realizan investigaciones relacionadas con la inversión china en Colombia y la relación con la Alianza del Pacífico.

Entre otras de sus actividades, también ha diseñado estrategias de capacitación independientes y en conjunto con empresas afiliadas, para empresarios que deseen acercarse al mercado chino y conocer los beneficios y el atractivo de este importante socio comercial.

Sin embargo, se observan algunos aspectos a mejorar dentro del desarrollo de la entidad, entre ellos la dependencia de información de terceros, proveniente de entidades aisladas a la cámara o empresarios afiliados, para la publicación de informes, boletines y comunicaciones relacionadas con información del contexto actual de los negocios; esto es necesario debido a que

dentro de CCCHIC no se cuenta con los recursos para la emisión de información de primera mano, es decir que las publicaciones se limitan a consolidar información de otras fuentes y no permite la revisión o la comparación de la misma, debido a la falta de un equipo y una estructura investigativa . En términos más definitivos impide que la Cámara pueda emitir un concepto sobre alguna situación precisa o consulta directa, de igual manera pierde la posibilidad de compartir y aconsejar sobre oportunidades y condiciones del comercio bilateral.

De cierta manera la entidad no cuenta con una línea de investigación propia que le permita respaldar la información que comparte.

En comparación con otras Cámaras binacionales, que han ahondado en el relacionamiento con la academia para la producción de contenido como libros, guías y artículos, de impacto tanto para sus empresarios, como para las instituciones educativas aliadas; lo que les ha permitido ser reconocidos en escenarios diversos, haciendo parte de importantes conversatorios, congresos y eventos investigativos de carácter nacional e internacional, convirtiéndose en un referente de conocimiento y una importante fuente de información en lo que respecta a los países representados por sus entidades, un caso puntual que es válido mencionar es la Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria, con la colaboración conjunta para la oferta de seminarios, congresos y publicaciones como libros y artículos referentes a las oportunidades de Colombia en Japón y la actualización tecnológica del país.

Este es un corto ejemplo de la importancia de tener presencia Cámara de Comercio en escenarios que promueven la relación entre la academia, el sector privado y la investigación, que se traducen en oportunidades de crecimiento y reconocimiento.

Como una causa y factor que ha dificultado esta evolución a una fase investigativa se pueden considerar la falta de capacidad y el tiempo que toma realizar esta búsqueda de información confiable, la recolección de datos de parte de sus afiliados y la consolidación en documentos publicables. Esto debido a que el equipo es reducido y en la medida en que una investigación avanza no es posible abarcar con eficiencia lo que se desea.

De igual manera, el impacto de las publicaciones se reduce al círculo de afiliados y aliados de la Cámara Colombo China, es decir se reduce a un público que accede a la información con un conocimiento previo o un interés anterior y la posibilidad de expansión del reconocimiento se ve limitado, evitando atraer nuevo público, tanto empresarial como natural, que desconoce la labor de la Cámara.

Es por esto que el fin de este proyecto es el posicionamiento de la Cámara Colombo China de Inversión y Comercio como una entidad reconocida por su trabajo en la construcción y promoción de las relaciones bilaterales entre China y Colombia, no solo a partir de su labor como entidad de relacionamiento, y representación, sino de conocimiento, investigación y capacitación, que contribuye al máximo aprovechamiento de las oportunidades de los mercados chino y colombiano.

Lo anterior, a partir de la creación conjunta de un centro de investigación, entre la Cámara, sus afiliados y una o varias instituciones de educación superior, que tiene como propósito la construcción de una base informativa que esté a la disposición del empresario, a partir de diferentes estudios e investigaciones enmarcados en los aspectos económicos, comerciales, políticos y culturales de las relaciones entre china y Colombia. Con miras a ser reconocido con un importante referente y fuente de la producción de conocimiento para el sector académico y empresarial.

La propuesta deja la posibilidad a la Cámara para estudiar y seleccionar no solo de una, sino a varias instituciones de educación superior, que actualmente, posean una línea de investigación reconocida y enfocada en estudios de China o Incluso de Asia Pacifico, y tengan la capacidad y experiencia para emitir el respaldo en una investigación de gran magnitud, como aliado para la construcción del centro de investigación.

Algunas posibles instituciones educativas son: la Universidad EAFIT, que ha creado el Centro de Estudios de Asia Pacifico cuyo fin es el fortalecimiento de las relaciones de América Latina, en especial de Colombia, con el Asia Pacífico y en la difusión del conocimiento y la

cultura de esta importante región. La Universidad Jorge Tadeo Lozano, que cuenta con un Observatorio Virtual Asia – Pacífico, quienes, en palabras de Enrique Posada Cano, Director del Instituto Confucio y Coordinador del observatorio “se proyecta como un puente entre Colombia y Latinoamérica con Asia Pacífico. Nos enfocamos en los ámbitos político, económico y cultural de los países que conforman estas regiones”. La Universidad Nacional cuenta con la Red Asia, con un interés real por acercar el continente asiático al contexto latinoamericano. La Universidad Externado de Colombia trabaja el proyecto de investigación, El Futuro de la Relación China Colombia. Por último, la Universidad del Rosario, que es parte del Consorcio Universitario Fudan-América Latina (FLAUC), de la mano de la universidad de Fudan en China y diferentes universidades prestigiosas en América Latina, para construir una plataforma que permita la comprensión mutua, generar ideas, difundirlas y construir reputación.

De esta manera se propone que el trabajo con una de las universidades mencionadas, permita la constitución de un centro de investigación, construido a través de la base experiencial del sector empresarial como entidad binacional junto con sus afiliados y la vocación y experiencia investigativa de la academia, con el respaldo que puede brindar a partir de su reconocimiento como entidad promotora del conocimiento.

El impacto de esta propuesta, se traduce en la posibilidad de emitir publicaciones conjuntas que cuenten con el conocimiento y la certificación de los participantes, para atraer no solo al público académico, sino a los empresarios que desean informarse a partir de fuentes precisas, en sus intereses tanto en China como en Colombia.

La publicación de diferentes documentos, tanto de manera libre como de exclusividad para sus afiliados, le permitiría destacarse como una entidad referente en producción de conocimiento con aplicaciones empresariales. Este tipo de publicaciones permite también, ampliar el círculo de reconocimiento de la Cámara a empresarios y personas interesadas en China, y despierta el interés de terceros en este importante país. Ampliando así el conocimiento

que se tiene de este país asiático, con información positiva y veraz, y por consiguiente atrayendo la atención hacia la Cámara y los servicios que pueden ser de ayuda para diferentes compañías.

Dentro de este convenio de colaboración se propone que desde la Cámara se cuente con la guía y el apoyo necesario para la recolección de datos e información clave en las investigaciones, y por su parte la academia aporte los investigadores y las propuestas sobre las publicaciones a las que se pueda dar lugar.

Algunas de las líneas investigativas claves que se pueden considerar dentro del marco de la operación del convenio son, los estudios de mercado, la búsqueda de oportunidades comerciales, decisiones políticas - económicas y su incidencia en la realidad empresarial y cambios globales que impactan las relaciones binacionales.

Con la producción de estos contenidos, se propone la publicación por lo menos de manera parcial, en diferentes medios y redes, lo que permitirá la exposición de los autores, es decir de las entidades participantes en la investigación, en escenarios empresariales y eventos académicos, no solo a nivel nacional sino internacional, llegando a un público mucho más amplio y despertando el interés en la labor y el papel de la Cámara Colombo China y sus afiliados.

De igual manera los resultados, son material importante para incluir dentro de los canales de información de la Cámara, como su página web, la cual podría contar con una sección específica dedicada a esta publicación de investigaciones y datos importantes de los mercados, generando de esta manera una estrategia que permite aumentar el tráfico y por lo tanto la visita de empresarios que pueden llegar a conocer de la Cámara, ya no solo con una búsqueda informada, sino a partir de búsquedas más genéricas relacionadas con China o el papel de promoción de la inversión en Colombia.

Al final, otro de los propósitos que se plantean con este proyecto es continuar mejorando la imagen de China en Colombia, como un actor fundamental en el comercio mundial, que puede aportar a Colombia no solo desde la perspectiva económica de inversión, sino con una

transferencia de conocimiento aprovechable y transformable en oportunidades para fortalecer su competitividad.

Así como evidenciar que es un mercado accesible, con grandes y diversas oportunidades para las empresas medianas y pequeñas que tienen ese perfil exportador, con productos y servicios, que son atractivos para el mercado chino y que tiene un gran potencial explotable en este país.

Todo esto sustentado con los diferentes estudios y avalado con los datos de informes publicados, consolidados dentro de documentos, guías, artículos o incluso libros, de su autoría.

A futuro se piensa en el proyecto no solo como un centro de investigación, sino también de formación que a partir de sus hallazgos, con data actual y relevante en la toma de decisiones empresariales, se preste para la elaboración de pequeñas sesiones formativas o cursos completos, para empresarios con opción a estudiantes, tanto chinos como colombianos, con la necesidad de conocer e informarse de las particularidades del mercado chino y las facilidades y potencialidades de Colombia como punto estratégico en América Latina, entre otras muchas fortalezas.

Como una parte en consideración se propone la inclusión de una extensión de la parte académica y empresarial, al incluir compañías chinas que quieran aportar al desarrollo de los objetivos y propósitos de este proyecto, así como entidades universitarias también chinas, en lo posible con orientación internacional, donde se cuenta con gran interés en Latinoamérica, con el fin de obtener el conocimiento de primera mano y la perspectiva directa de las líneas de investigación aprovechables para el empresario chino.

En este aspecto algunas de las organizaciones a considerar son la Red ALC – China, una red académica enfocada en socializar los resultados existentes y las experiencias latinoamericanas con respecto a China, agrupando diferentes instituciones que se enfocan en permitir el diálogo y el intercambio de información e investigación de estas experiencias.

Así como universidades en China como La Universidad de Estudios Internacionales de Shanghái (SISU), quien tiene un gran perfil investigador, con facultades enmarcadas en los estudios de diferentes regiones del mundo entre ellas Latinoamérica, además de contar con centros de investigación enfocados en áreas estrategias del mundo, que podría considerar la creación de una específica para América Latina con base en Colombia.

Un caso práctico del acercamiento con entidades académicas en china en la región que se puede tomar como referente es el caso de Perú, que cuenta con el Centro de Desarrollo y Estudios Científicos Peruano – Chino (CEDECIPEC) que trabajan en el desarrollo de la ciencia, cultura y tecnología de Perú y China, donde uno de sus objetivos es el de “brindar diversos servicios a la industria, las universidades o instituciones peruanas y chinas para guiarlos en operaciones legales, competencia leal y beneficios culturales, así como incentivar y desarrollar inversiones y proyectos con capitales peruanos y chinos.” cómo se menciona en su misión.

A partir de este centro de estudios se han desarrollado diferentes convenios de colaboración con entidades chinas de investigación y ciencia, que han dado como resultado a través de la transferencia de conocimiento, capacitaciones y desarrollo de proyectos científicos aplicables al beneficio general del país.

Por otro lado, un ejemplo propio de la creación de centros investigativos con instituciones de investigación superior es el de la universidad del Pacífico en Perú, que ha creado el Centro de Estudios sobre China y Asia-Pacífico cuyo objetivo es el de generar conocimiento con visión estratégica y perspectiva de largo plazo sobre China y Asia-Pacífico, en temas de desarrollo económico, mercados y relaciones internacionales. Es válido mencionar que dentro de su estructura organizativa se tiene el Consejo Consultivo nacional e internacional, del cual hacen parte el Presidente del Shanghai Institutes for International Studies, el Decano de la Escuela de Economía y Director del China Center for Economic Studies en Fudan University, China, el Presidente de la Asociación de Empresas Chinas en el Perú y el Presidente de la

Cámara de Comercio Peruano China (CAPECHI), entre otros funcionarios o ex funcionarios de entidades relevantes en las relaciones entre Perú y China.

Este Centro ha dado como resultado la publicación de libros, informes, estudios y artículos a partir de las conferencias y eventos que se han desarrollado en el marco de su funcionamiento.

Esto último deja ver que las oportunidades de relacionamiento con entidades académicas en china son posibles y tiene una amplia importancia en la construcción del tejido intelectual y en proyectos de desarrollo que se puedan derivar de la relación y práctica de los centros investigativos.

Atendiendo además a que en China la publicación de resultados de investigaciones es de suma importancia y su interés en la innovación y la aplicación a sectores prácticos evidencia una clara oportunidad de la creación y publicación de estudios relacionados con oportunidades de sectores nacionales y la competitividad que puede generar.

3.2 Conclusiones

La posibilidad de establecer un centro de investigación para la Cámara Colombo China de inversión y comercio, le otorga la oportunidad de ampliar su alcance en materia de reconocimiento como entidad promotora de las relaciones bilaterales y referente en la construcción de lazos empresariales y académicos, que contribuyen al desarrollo del país y la aceptación del sector empresarial chino, que puede aportar no solo en materia de inversión, sino en tecnología e innovación, convirtiendo a Colombia en un centro de competitividad para América Latina.

Por otro lado, le otorga la posibilidad de ser reconocida en escenarios actuales y relevantes fuera de sus áreas tradicionales, llegando a nuevos empresarios con potencialidades para el mercado chino.

De igual manera es una oportunidad para trabajar de manera cercana con empresas chinas líderes en investigación, que pueden aportar a la construcción de un tejido intelectual empleable en decisiones y proyectos enfocados en el aprovechamiento de las relaciones bilaterales que se han construido por parte de los dos gobiernos.

En el sector académico, se pueden obtener beneficios tangibles e intangibles, como es la exposición en el sector real, la posibilidad de trabajar con entidades como la Cámara e investigación para la proyección de informes académicos: lo anterior mantiene el conocimiento impartido en sus aulas, actual y relevante para la formación de sus futuros profesionales, adicional al reconocimiento y calificación investigativa que puede obtener con este tipo de proyectos.

A partir de los hallazgos del proyecto se puede dar a lugar eventos que permitan conexiones importantes entre empresarios, así como posibilidades de exposición conjunta con las entidades participantes e incluso con entidades gubernamentales, que pueden ser aliadas en diferentes áreas de incursión para empresas chinas.

Finalmente, la implementación de este proyecto desde la Coordinación Comercial y de Proyectos en sinergia con el área de Market Intelligence, para el aprovechamiento de los factores identificados, y en consonancia con los objetivos de la Cámara, incrementará su posicionamiento como referente de la promoción de las relaciones entre China y Colombia y la representación del interés de sus afiliados, apoyándose a partir de la publicación de producción intelectual, que permita la identificación de oportunidades de crecimiento para los productos y servicios exportables, así como de oportunidades de expansión y crecimiento de las empresas chinas en Colombia, entre otras múltiples posibilidades de empleo de la información consolidada.

3.3 Bibliografía

Cámara Colombo China de Inversión y Comercio (2021), Conózcenos,

<https://www.camaracolombochina.com/copia-de-con%C3%B3zcanos>

Centro de Desarrollo y Estudios Científicos Peruano – Chino (CEDECIPEC), (2021),

<https://www.cdepc.org/>

Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario (2021), Consorcio Universitario Fudan-América

Latina (FLAUC), <https://www.urosario.edu.co/FLAUC/Inicio/>

Embajada de la República Popular China en la República de Colombia, Camara Colombo China

de Inversión y Comercio, Asociación de la Amistad Colombo China, (2020), 40 años

China Colombia, La ruta del futuro, [https://ce9650f3-c8c9-4d4c-87b7-](https://ce9650f3-c8c9-4d4c-87b7-44eecaba7883.filesusr.com/ugd/e6c3a1_86ca248446014c3b969770892f09745b.pdf)

[44eecaba7883.filesusr.com/ugd/e6c3a1_86ca248446014c3b969770892f09745b.pdf](https://ce9650f3-c8c9-4d4c-87b7-44eecaba7883.filesusr.com/ugd/e6c3a1_86ca248446014c3b969770892f09745b.pdf)

Universidad de Estudios Internacionales de Shanghai (SISU) (2021), Institutos y Centros de

Investigación, <http://es.shisu.edu.cn/research/institutes-and-centers/>

Universidad del Pacifico, (2021), Centro de Estudios sobre China y Asia-Pacífico,

<https://www.up.edu.pe/investigacion-centros/centros-up/centro-estudios-china-asia-pacifico/Paginas/default.aspx>

Universidad EAFIT (2021), Centro de Estudios Asia Pacifico, Quines Somos,

<https://www.eafit.edu.co/centros/asia-pacifico/quienes-somos/Paginas/quienes-somos.aspx>

Universidad Externado de Colombia (2021), Proyectos de Investigación,

<https://investigacion.uexternado.edu.co/WebSite/VerProyectos>

Universidad Jorge Tadeo Lozano (2021), Observatorio Virtual Asia Pacifico – OVAP,

<https://www.utadeo.edu.co/es/observatorio-asia-pacifico>

Red Académica de América Latina y el Caribe sobre China, (2021), [https://www.redalc-](https://www.redalc-china.org/v21/es-es/)

[china.org/v21/es-es/](https://www.redalc-china.org/v21/es-es/)

3.4 Anexos

I. Presentación de la propuesta ante la CCCHIC. (PPT)

PARTE V: SEGUIMIENTO PRÁCTICA PROFESIONAL

3.1 Actividades Realizadas Dentro De La Organización

- Búsqueda y seguimiento de potenciales afiliados.
- Manejo en el proceso de ingreso y retiro de afiliados.
- Manejo de solicitudes de miembros afiliados
- Ayuda en la estructuración de oportunidades y proyectos comerciales.
- Elaboración de agendas comerciales a empresas chinas y colombianas
- Elaboración de informes estadísticos sobre las relaciones económicas bilaterales entre Colombia y China.
- Identificación de oportunidades comerciales.

3.1.1 Cumplimiento de Objetivo Trazados

	CICLO 1 - Septiembre	CICLO 2 - Octubre	CICLO 3 - Noviembre	CICLO 4 – Diciembre a Enero
Actividades Desarrolladas	Capacitación en las funciones a desarrollar durante la práctica. Manejo de correos, Potenciales Afiliados, Reuniones, Actas, Comités y demás Información e Inscripción a la Rueda de Negocios Virtual China Latam.	Recepción de solicitudes y asesorías. Reuniones de Comité. Atención a requerimientos de Afiliados Preparativos para Feria Comercial Internacional Agendamientos de reuniones y participación	Desarrollo de Feria Internacional. Atención a interesados en la Cámara. Logística del desarrollo del IV Diálogo China Colombia Redacción de Información e imágenes, para publicaciones en Redes Sociales Presentaciones Plan Exportador	Elaboración de Informe estadístico relaciones bilaterales China Colombia 2020. Desarrollo de encuestas de satisfacción para afiliados y evaluación de participación en CIIE. Atención a Afiliados y requerimientos en época de Vacaciones. Creación de directorio: Empresas Chinas en Colombia Reuniones con Cámaras de Comercio Regionales para Plan Exportador
Logros	Autonomía en el manejo de la información con informes semanales. Desarrollo de Rueda de Negocios Virtual China – Latam.	Inscripción a CIIE. Envío de requerimientos para servicios comerciales. Reuniones con potenciales afiliados. Nuevas afiliaciones.	Comunicación efectiva en redes. Desarrollo exitoso del IV Diálogo. Liderar reuniones con Potenciales Afiliados	Retroalimentación de los empresarios participantes en CIIE. Publicación de Boletín Estadístico 2020.

Dificultades Enfrentadas	Organización de tiempos y reuniones por alto nivel de trabajo.	Elaboración de actas y resúmenes, con resumen. Reglamentaciones gubernamentales para viajes a la CIIE	Manejo de zoom, en opción webinar.	Ninguna
-----------------------------	--	--	------------------------------------	---------