

Implementación en el proceso de afiliaciones de Pymes, sección comercial en CCJPCI

Luisa Fernanda Hisa Ramirez

**Trabajo de grado
para optar para el titulo de Negocios internacionales**

**Dirigido por:
Diego Fernando Arias Sanabria
Magister en Ciencias Económicas**

**Universidad Santo Tomás, Bogotá
Facultad de Negocios Internacionales
Bogotá D.C.**

2020

AGRADECIMIENTOS

Quiero aprovechar estas líneas para agradecer a todas las personas que me han ayudado y me han apoyado a lo largo de estos años en el transcurso de mi carrera de Negocios Internacionales.

Este trabajo es inicialmente en agradecimiento a mis padres, que hizo todo lo posible para ayudarme en los diferentes momento por los que inesperadamente pase en el estudio y en mi vida personal, mi hermano que me aconsejo ayudo varias en situaciones que por diferentes razones no podría haberlo hecho sola, Mis abuelos especialmente mi abuela Elvira que espero este orgullosa de mí, mis tíos que me alentaron y mis primos que me entendieron y escucharon en varios momentos.

RESUMEN

El presente documento desarrolla la contribución en la implementación de un sistema alternativo de segunda línea para el aumento de afiliaciones por parte de empresas Pymes en el área comercial de la Cámara Colombo Japonesa de comercio e industria con el objetivo de obtener el título de profesional en Negocios Internacionales. Algunas de las causas de este problema en la separación de afiliados de la cámara se relacionan con la coyuntura actual del COVID-19, el desconocimiento de un adecuado manejo de información y la falta de una efectiva relación con las medianas y pequeñas empresas con un potencial exportador.

A través de esta implementación en la ampliación de las afiliaciones de empresas Pymes, se espera contribuir al aumento de afiliados de la cámara y así mismo dar un enfoque amplio a empresas colombianas para que exporten hacia Japón. El proyecto contempla dos etapas: la primera con un comienzo a partir del segundo semestre del 2020, a realizarse en la ciudad de Bogotá, mediante una estrategia de incentivos para la atracción de estas Pymes y su permanencia en la cámara. La segunda etapa contempla la adecuación y corrección del proyecto, de manera de ser replicado, en la ciudad de Medellín, en un lapso de 2 años.

Palabras Claves: Pymes, Afiliaciones, incentivos, Exportación.

ABSTRACT

This document develops the contribution in the implementation of an alternative second-line system to increase affiliations by (Small and medium-sized companies in the commercial area of the Colombian Japanese Chamber of Commerce and Industry with the aim of obtaining the title of professional in Business International. Some of the causes of this problem in the separation of affiliates from the Chamber are related to the current situation of COVID-19, the lack of adequate information management and the lack of an effective relationship with medium and small companies with a export potential

Through this implementation in the expansion of the affiliations of SME companies, it is expected to contribute to the increase of members of the chamber and also give a broad approach to Colombian companies to export to Japan. The project contemplates two stages: the first with a beginning from the second semester of 2020, to be carried out in the city of Bogotá, through an incentive strategy for the attraction of these SMEs and their permanence in the chamber. The second stage contemplates the adaptation and correction of the project, in order to be replicated, in the city of Medellín, in a period of 2 years.

Keywords: Small and medium-sized companies, affiliations, incentives, Exportation.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo comprende de la implementación en la diversificación en la infraestructura del sistema de afiliación y aliados de la Cámara Colombo Japonesa de comercio e industria, ya que su deserción en sus afiliados por la coyuntura actual y la falta de estrategias de atraer grandes industrias para que sean parte de la cámara no han sido atractivas.

La importancia de las afiliaciones parte de que la entidad es una organización sin ánimo de lucro por lo tanto su sostenibilidad se compone directamente del valor que el afiliado hace anualmente por permanecer en la organización. Es interesante observar que la implementación de una línea secundaria de afiliados para empresas Pymes podrá aumentar el volumen de afiliaciones y el ingreso monetario de suscripciones y cuotas, además de un mayor desarrollo de las funciones principales de la Cámara, como el fortalecimiento bilateral de relaciones comerciales entre Colombia y Japón y que se ha desarrollado durante 31 años.

Si bien las normas y reglamentación establecido por Japón para su exportación es estricta y de gran trayectoria para su aprobación, existen varios productos como las carnes, granos y frutas que contienen todas las normas establecidas gracias a la negociación del EPA (Economic Partner Agreement) de la cual abrirá una nueva relación con Japón y de la cual se espera su pronta terminación, lo que generaría nuevas oportunidades para empresas con potencial exportador, por lo cual el trabajo arduo con estas entidades no solo visualiza un nuevo objetivo para el sector comercial Colombiano si no que visibilizara las empresas de manera internacional.((Ramirez, 2019)

Entre la segunda línea de afiliados se reconocerán servicios iguales como planes de patrocinio, consultoría, asistencia a reuniones de alto impacto y alta visibilidad, así mismo en beneficio de la empresa afiliada y la cámara se recreará estrategias como sistema de incentivos para la atracción de nuevos afiliados. En este sentido se realizará implementación de estrategias a mediano plazo para su desarrollo y replica en la ciudad de Medellín donde la Cámara tiene su segunda sede.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	2
RESUMEN	3
ABSTRACT	3
INTRODUCCIÓN	4
ÍNDICE.....	5
TABLAS	6
FIGURAS	6
EMPRESA	7
Aspectos generales	7
Misión.....	7
Visión.....	7
Ubicación geográfica.....	7
Estructura organizativa	8
.....	8
Área administrativa y comercial.....	9
DOFA	9
PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRACTICAS PROFESIONALES	10
Planteamiento central del informe	10
Importancia, limitaciones y alcance	10
Importancia	10
Alcances.....	10
Limitaciones	10
Objetivo General del informe	11
Objetivos específicos.....	11
CONTENIDO PLAN DE MEJORA	11
Propuesta de mejora.....	11
Desarrollo	12
Sistema principal para las Pymes	12
Procesos de Aplicación.....	13

IMPLEMENTACIÓN EN EL PROCESO DE AFILIACIONES DE PYMES, SECCIÓN COMERCIAL EN CCJPCI

6

Difusión Pública de redes sociales	15
Plan de Incentivos para Afiliados	17
Planeación y resultados	18
Resultados	19
BIBLIOGRAFIA.....	21
SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL.....	21
Programación de actividades de la Organización	21
Ciclos	22

TABLAS

Tabla 1.DOFA y cruce de estrategias.....	9
Tabla 2. Incentivo para afiliados	18
Tabla 3. Planeador y resultados de actividades	19
Tabla 4. Ciclo 1	22
Tabla 5. Ciclo 2	23
Tabla 6. Ciclo 3	24
Tabla 7. Ciclo 4	25

FIGURAS

Figura 1. Ubicación geográfica	8
Figura 2. Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria	8
Figura 3. Sistema nuevas funciones pymes.....	13
Figura 4. Alcance Redes sociales en Instagram	16
Figura 5.Pieza piloto	17
Figura 6. Resultado Instagram	20

EMPRESA

Aspectos generales

La Cámara colombo japonesa de comercio e Industria Fue creada el 10 de mayo de 1988, para estrechar los lazos de amistad de las dos naciones, servir de órgano de consulta del gobierno y agencias de ambos países y apoyar los intereses económicos, comerciales, industriales y turísticos. (Cámara Colombo japonesa de comercio e industria, 2020)

Entre los servicios que cuenta la cámara se encuentran:

- La asesoría en Comercio Exterior
- Educación y Eventos Culturales
- Contactos comerciales y Misiones Comerciales
- inteligencia de Mercados
- Traducciones.

Misión

La Cámara colombo japonesa de comercio e Industria es una organización privada, con vocación binacional, sin ánimo de lucro y de carácter permanente, con el propósito de apoyar la consolidación de las relaciones bilaterales de Colombia y Japón, así como, para apoyar, impulsar y velar por los intereses de la inversión comercial, cultural y general de integración bilateral entre Colombia y Japón. (Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria [CCJPCI], 2020, p. 1)

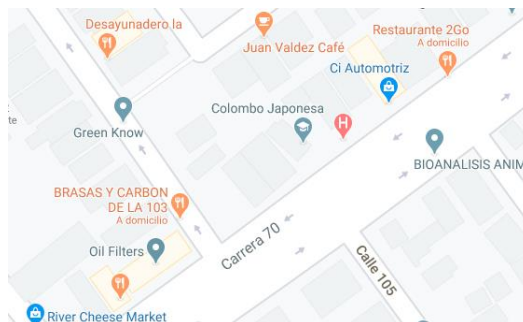
Visión

La Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria será una entidad competitiva y activa en el desarrollo de la internacionalización de las empresas colombianas y japonesas con el propósito de generar, promover, mantener y fortalecer las relaciones bilaterales. Para 2020 será una entidad de apoyo para las pymes y MiPymes interesadas en Japón, así como de grandes empresas teniendo como actividad adicional la realización de misiones comerciales y culturales. (CCJPCI, 2020, p. 1)

Ubicación geográfica

La Cámara colombo japonesa de comercio e industria radicada inicialmente en la ciudad de Bogotá Calle 72 # 7- 82 Torre B Piso 7 Edificio Bolsa y Valores y contiene una segunda sede en Medellín Calle 67 52-20 Piso 2 Torre A edificio Complex Route N

Figura 1. Ubicación geográfica



Nota: Google Maps. (2020). Ubicación geográfica de la empresa Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria. Google Maps. <https://goo.gl/maps/4mDBRteRgVus2qaY6>

Estructura organizativa

Figura 2. Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria



Nota: Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria. (2020). *Quienes Somos*. Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria. <https://www.camaracolombojaponesa.org/quienes-somos>

Área administrativa y comercial

Apoyo en la realización de logística en eventos, traducción de artículos y cartas, encuentros con mandatarios diplomáticos del país, grandes empresarios y directivos de la cámara. Asistencia de manera instructiva todo lo relacionado con los lazos comerciales entre los dos países, así mismo las investigaciones acerca de nuevas estrategias para la cámara, reunión con potenciales afiliados y posibles misiones empresariales.

DOFA

Tabla 1. DOFA y cruce de estrategias

 CÁMARA COLOMBO JAPONESA DE COMERCIO E INDUSTRIA ANÁLISIS DOFA	OPORTUNIDADES 1. Las influencias en la cámara pueden resaltar un alto Networking de empresas recién afiliadas 2. Dentro de sus afiliados están marcas más reconocida a nivel mundial (Toyota, Mitsubishi, etc....) 3. Colombia tiene varios productos con normas fitosanitarios aprobados para exportación	AMENAZAS 1. La falta de información que puede ser brindada, a los afiliados puede hacer que sus afiliaciones no sean vistas a largo plazo 2. La significancia de Colombia para Japón es mínima, por lo que sus relaciones no comerciales dentro del territorio japones es muy baja.
FORTALEZAS 1. La relación es con el país que más inversión extranjera directa realiza en Colombia. 2. La Cámara fue fundada y es apoyada con una de las organizaciones mas poderosas del País (Federación de cafeteros) 3. Tiene una fuerte relación con la Embajada del Japón. 4. La cámara promueve las economías complementarias entre Colombia y Japón	ESTRATEGIAS FO (F4;O3) : Da consultorías y acompañamiento completo del transcurso de exportaciones hacia Japón. (F2;O1): Las relaciones de Networking realizan en la cámara un sistema de beneficio para sus afiliados y aliados que puedan pagar por lo eventos.	ESTRATEGIAS FA (F2;A1): Las organizaciones fundadores podrían contribuir a un banco de información que pueda brindar a la atracción de afiliaciones a largo plazo y sustento de actuales. (F4;A1): La mayor participación de empresas en las actividades comerciales con Japón puede dar una visibilidad de Colombia en Japón
DEBILIDADES 1. Los casos de Éxito de la cámara son bajos debido a la rigurosidad en las normas para exportación hacia Japón. 2. Las Pymes que tienen intención de exportar a Japón 3. Las grandes Demandas de Japón de productos colombianos son tan grandes que muchas pymes no pueden cubrir.	ESTRATEGIAS DO (D1;O1) : El acompañamiento que tienen la cámara con las Pymes de manera mas rigurosa e información puede hacer que estas Pymes puedan entrar de manera mas exitosa con las normas que ya tienen permiso de entrar a Japón	ESTRATEGIAS DA (D2; A1) : Un banco de información por parte de la cámara puede hacer que la gestión para la entrada en Japón sea mejor.

Nota: Elaboración propia realizados con datos de la Empresa (CCJPCI) Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria. (2020). *Quienes Somos*. Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria. <https://www.camaracolombojaponesa.org/quienes-somos>

PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRACTICAS PROFESIONALES

Planteamiento central del informe

El presente Informe tiene como planteamiento central la implementación de una segunda lineal de afiliaciones relacionadas con empresas Pymes que tengan un grado alto de potencial exportador con insumos complementarios a Japón, de esta manera contribuir al seguimiento de las funciones principales de la cámara, el aumento de afiliados y el crecimiento exportador de empresas colombianas a Japón

Importancia, limitaciones y alcance

Importancia

- El presente trabajo presenta una diversificación en la función principal de la cámara en la que desarrolla estrategias para identificar los futuros dinamizadores principales de la economía hallados en las Pymes del país y generando una visibilización del mercado japonés para los empresarios colombianos.
- La generación de este trabajo también aporta un desarrollo a las Pymes del país para su desarrollo ya que representan el 80% del músculo financiero del país.

Alcances

- El presente trabajo desarrollará una propuesta para el ingreso de nuevos afiliados con gestión ideal, la implementación de reuniones de Networking e innovación entre los mismos.
- El trabajo se direcciona principalmente a las organizaciones Pymes y afiliadas que encuentran interés en la exportación hacia Japón, así mismo el incentivo en beneficios para la atracción de afiliados potenciales.

Limitaciones

- La falta de recursos proporcionados para la atracción de empresas con información exacta que brinde un análisis preciso y detallado de las Pymes objetivos.
- Base de datos propio incompleto y no actualizados de la Cámara que no proporcione valor
- Falta de personal que ayude en el proceso de valor agregado a la información adquirida.

Objetivo General del informe

Implementar una segunda línea de afiliados para empresas Pymes que incluya al igual que las grandes industrias de la Cámara un sistema de planes de patrocinios, reuniones, Networking y visibilidad empresarial de esta manera podrán darse a conocer ante el mercado colombiano y Japones siendo parte de la Cámara e incentivando su permanencia en ella.

Objetivos específicos

- Determinar los nuevos servicios para la adecuación de Pymes
- Establecer una plataforma abierta con requisitos para el acceso a la Cámara pues se tendrá en cuenta productos que tengan una vía libre de exportación a Japón. Es decir, el producto tiene todas las normas reglamentarias para su exportación.
- Realizar un plan de incentivos que genere beneficios ante las empresas afiliadas para la atracción de otras empresas que contengan gran potencial y su permanencia en la cámara
- Impulsar la difusión pública a través de redes sociales para su funcionamiento.

CONTENIDO PLAN DE MEJORA

Propuesta de mejora

La estructuración del sistema de afiliados actual de empresas que trabajan con Japón y hacen parte de la cámara son de alto alcance, mucha producción, sostenimiento financiero fuerte y gran desarrollo en los diferentes campos en los que se desenvuelven, sin embargo, la visión a largo plazo de la cámara podría implementar una diversificación en sus afiliaciones por parte de empresas Pymes que quieran exportar a Japón.

Según cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), las micro, pequeñas y medianas empresas en Colombia representan el 80 % del empleo del país y el 90 % del sector productivo nacional, y muchas empresas Pymes no generan estrategias para estar a la altura de los mercados teniendo alto potencial, muchas Pymes con productos de libre flujo de ventas hacia Japón con normas sanitarias y proceso legal aprobado.

Las afiliaciones para estas Pymes tendrán como importancia la cooperación y Networking entre los gremios, este con el fin de desarrollar proyectos de alto alcance en la exportación de Japón o desarrollo nacional a corto y mediano plazo en conjunto o de manera individual.

su participación en la cámara también podría atraer atención de nuestros afiliados de primera línea y resultar mayor provechoso en atracción de inversión o financiamiento de actividades, además la cooperación conjunta de estos sectores a menor escala podría resultar en una manera más fácil y menos riesgosa de exportar a Japón.

- Productos que en la logística tenga igualdad de tratamiento podrían realizar una implementación de costos compartidos, en caso de envíos pilotos o dependiendo de su demanda inicial.
- La cooperación de diferentes sectores podría surgir en un producto innovador que genere apoyo de dos o más empresas.
- En caso de la exportación de un producto, diferentes empresas del mismo sector podrían alcanzar la demanda planteada hacia Japón de manera conjunta.

Este con el fin de visualizar las futuras grandes empresas que pertenecerán a las primeras líneas de negocios dinamizadores de la economía e imponga más inversión extranjera directa de Japón y mayor atractivo nacional.

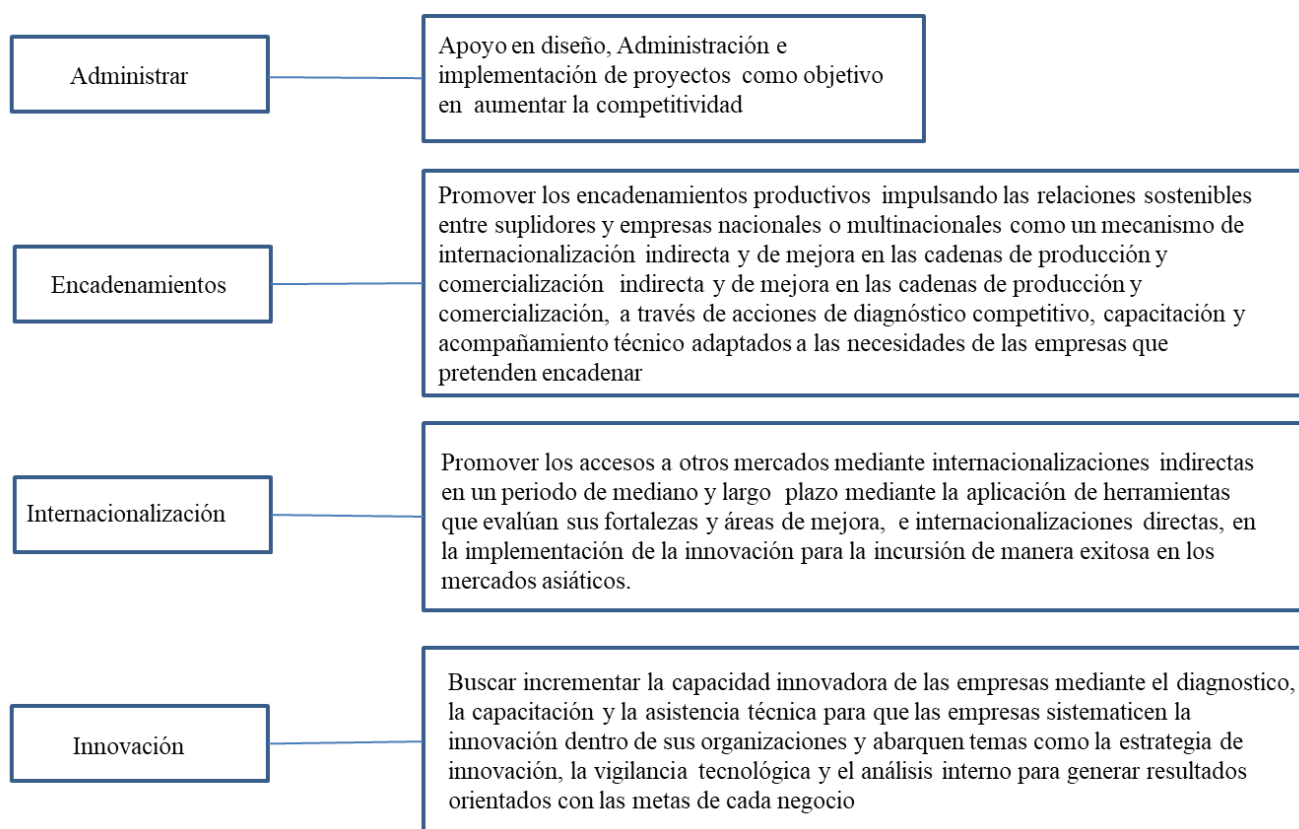
Desarrollo

Sistema principal para las Pymes

El sistema de la Cámara Colombo Japonesa tiene un sistema para afiliados Elite en el cual se ofrecen servicios de visibilidad y Networking de manera segmentada e inflexible para las Pymes, por esta razón sus funcionalidades no parecen atractivas para las medianas y pequeñas empresas.

Una implementación del nuevo sistema se tendría en cuenta nuevas funcionalidades aptas para la innovación, desarrollo y encadenamiento productivo de estas empresas listas para exportar o aquellas que tienen la intención y buscan hacerlo en planes de (Corto, mediano y largo plazo).

Figura 3. Sistema nuevas funciones pymes



Nota: Elaboración propia realizados con datos de la Empresa (CCJPCI) Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria. (2020). *Quienes Somos*. Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria. <https://www.camaracolombojaponesa.org/quienes-somos>

Procesos de Aplicación

Las afiliaciones de las Pymes se apegarían a una regulación normal para su integración en la Cámara, que es el siguiente.

- Certificado de Existencia y representación inferior a 30 días
- Copia del RUT
- 2 certificaciones Comerciales
- 1 certificación Bancaria
- Comunicación dirigida a la Junta Directiva solicitando el ingreso como afiliado

- Toda la información deberá ser enviada a la Calle 72 No. 7-82 Torre A Piso 7, Bogotá - Colombia o de manera digital al siguiente Correo:
info@camaracolombojaponesa.org
- Mas un formato especial que se encuentra en la pagina web de la Cámara colombo japonesa de comercio e Industria. (Cámara Colombo japonesa de comercio e industria, 2020)

Debido a la gran exigencia legales/ logísticas parte de Japón, las Pymes contarán con un sistema de selección ya que no todos los productos tienen una aprobación según el EPA (Economic Partner shipp agreement) entre Colombia y Japón, las pymes que podrían de manera satisfactoria afiliarse a la Cámara son las que ejerzan una de las siguientes actividades económicas en alguno de los diferentes grupos de tendencias Exportadoras

- Café
- Aguacate Hass
- Carbón
- Flores frescas y preservadas
- Ferroníquel
- Petróleo
- Esmeraldas
- Fungicidas
- Desperdicios y desechos de cobre
- Esmeraldas...Entre Otros

Las tendencias exportadoras para el siguiente grupo constan de productos potenciales que aun no se exportan, pero están aprobados para su libre circulación hacia el país asiático, por lo tanto, en sus actividades económicas son:

- Peces vivos
- Chocolates y derivados
- Globos de látex
- Papa criolla congelada
- Pitaya Amarilla
- Mango Tommy atkins
- Carne de Pollo

Colombia es una economía que no cuenta con las suficientes herramientas jurídicas internacionales para dinamizar las relaciones con Japón, por esta razón la integración en el proceso Colombia tiene que aprovechar todas las situaciones de tratados de la Alianza del pacifico para poder potencializar su mercado exterior, una de las maneras para que Colombia y empresas Pymes puedan realizar ese aprovechamiento es a través de los encadenamientos productivos que son usados también para que los países puedan desarrollarse y de esta manera puedan impulsar

sus exportaciones, por lo cual las empresas Pymes que quieran aprovechar los encadenamientos productivos podrán tener en cuenta los siguientes productos que involucren en sus actividades económicas:

- Aceites y grasas
- Bebidas alcohólicas y no alcohólicas
- Confitería
- Alimentos para mascotas
- Cacao
- Lácteos
- Galletería y panadería
- Avicultura
- Caña de azúcar procesada
- Preparaciones Alimenticias: Pastas de fruta, mermeladas y jaleas
- Recipientes de vidrio para jugos
- Envases de plásticos para moluscos

Todas las actividades económicas del tercer grupo, relacionadas con el acuerdo EPA de la cual va en su etapa final de cierre y que le ha tomado de 5 años en negociar, para efectuar todo el proceso de los encadenamientos productivos de los anteriores productos y los últimos 4 ya en funcionamiento.

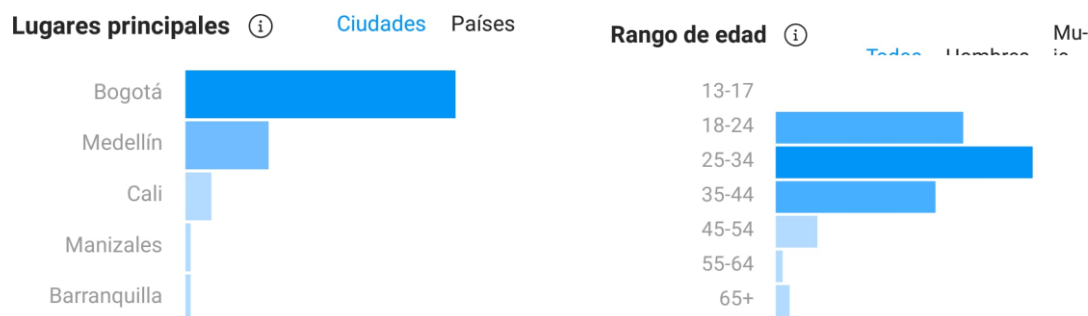
Difusión Pública de redes sociales

La Cámara Colombo Japonesa cuenta actualmente con la pagina web que fue actualizada recientemente, además de las 4 redes sociales principales para una organización para la cooperación internacional (Twitter, Facebook, Instagram y Linked in).

La difusión de la línea de afiliación Pymes debe ser constante y activa diariamente de esa manera, llamará la atención, crecerá su atención y visibilidad en la Cámara, además de las entidades relacionadas con la Cámara.

La Red social más activa al momento es Instagram de la cual tiene un alcance de 162 cuentas, impresiones de 673 estas cifras de abril 26 a mayo 2 del 2020.

Figura 4. Alcance Redes sociales en Instagram



Nota: (CCJPCI) Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria. (2020). *Quienes Somos*. Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria. <https://www.camaracolombojaponesa.org/quienes-somos>

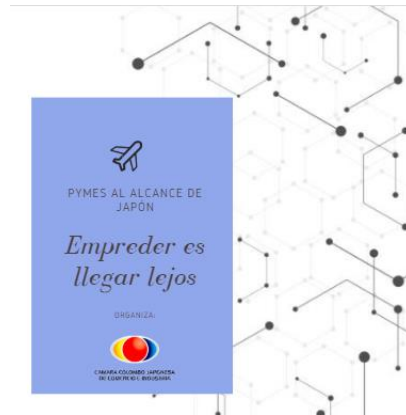
El alcance de la cuenta principal equivale a los objetivos principales que son:

- La ciudad piloto y de la sección principal que es Bogotá el cual tiene el centro de la actividad económica y permanece con la primera ciudad de las Pymes en el país y de segunda la seccional de la Cámara que se encuentra en Medellín.
- La edad de la población económicamente activa del país, por lo cual una difusión por este medio podría causar mejor impacto para nuestro nuevo sistema de afiliaciones.

De igual manera el crecimiento de las demás redes sociales podrá en aproximado de 2 meses la misma actividad en las demás redes sociales, conectándose con grandes empresarios, medianos, pequeños y futuros emprendedores

Algunas de las Piezas publicitarias para su promoción y difusión en redes sociales, bases de datos de la cámara y eventos podrían ser los siguientes:

Figura 5. *Pieza piloto*



Nota: Elaboración propia realizados con datos de la Empresa (CCJPCI) Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria. (2020). *Quienes Somos*. Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria. <https://www.camaracolombojaponesa.org/quienes-somos>

Plan de Incentivos para Afiliados

Un sistema de incentivos para los afiliados podría llamar su atención ya que cualquier situación que demuestre un beneficio extra no monetario o privilegio hacia la empresa afiliada será una utilidad que tratará de maximizar, resultandos positivos para su permanencia en la Cámara.

Teniendo en cuenta que la mayoría de empresas afiliadas son de gran renombre y posición, un beneficio económico no sería tan atractivo, sin embargo, la visibilidad que ellos buscan a través de la cámara, conexiones gubernamentales y Networking podría llamar su atención

Tabla 2. *Incentivo para afiliados*

INGRESO GRATIS A EVENTOS PAGOS	Muchas veces en eventos pagos las empresas que buscan participar, no ven como una buena inversión por la cantidad de personas que desean llevar o el presupuesto de la empresa no lo ve necesario, invitaciones gratuitas a eventos de alta importancia.
ACCESO A INFORMACIÓN DE EVENTOS YA REALIZADOS	En caso de un evento de alto impacto, se les puede brindar información de manera exclusiva del evento en caso de que por razones varias no puedan asistir y se le daría visibilidad comercial gratuitamente.
REALIZACIÓN GRATUITA DE UN EVENTO EXCLUSIVO POR PARTE DE LA CÁMARA	Esto de manera proporcional al ingreso de afiliados por parte del principal, evento exclusivo que la empresa requiera en una fecha específica.

Nota: Elaboración propia realizados con datos de la Empresa (CCJPCI) Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria. (2020). *Quienes Somos*. Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria. <https://www.camaracolombojaponesa.org/quienes-somos>

Planeación y resultados

El proyecto tendrá una duración piloto de dos años y se implementara o se alargará conforme se vea necesario, inicialmente como base en la sección Bogotá, su duración de tiempo está dado en días y se empezara una vez se realice las aprobaciones por el ente encargado, en este caso inicialmente por el director ejecutivo y de manera secundaria la junta directiva, de esta manera se espera resultados una vez se inicie la difusión de medios o menos.

Una vez esté en funcionamiento con correcciones y sugerencias el sistema de afiliaciones para Pymes en la sección de Bogotá, se duplicará en Medellín donde se encuentra la segunda seccional de la Cámara, el proyecto no tendrá un cierre hasta que la persona encargada, entes supervisores o la junta directiva así lo consideren.

Tabla 3. *Planeador y resultados de actividades*

Actividad	Tiempo esperado en días	desarrollo de la actividad	Resultados
Revisión de nuevas funcionalidades	8	Se revisaran cada una de las nuevas funcionalidades para las Pymes	Se ajustara comentarios o sugerencias
Aprobación	15 a 30	Se realizara la aprobación de las nuevas funcionalidades	Se empezara todos los procedimientos en el proyecto
Alcance	5 a 10	Establecer el alcance del proyecto	Conocimiento las Pymes potenciales en el proyecto
Ampliación de personal	25 a 40	contratación de participantes del proyecto	Personas especializadas en las nuevas funciones de la línea de Pymes
Riesgos	4 a 8	Identificar los posibles riesgos	Diseño de estrategias para su funcionalidad
Base de Datos	10 a 15	Levantamiento de datos de empresas Importadoras y exportadoras	Aumento de información de actividades económicas de las pymes en Colombia
Filtro	5 a 6	detallar el historial potenciales Pymes aplicadoras	Se tendrá conocimiento de las Pymes que ya exportan o importan
Etapas de difusión 1	2 a 3	planificación de las estrategias de difusión	conocimiento en uso de redes y alcances públicos de la Cámara
Etapas de difusión 2	Permanente	Despliegue de contenido publicitario; información y anuncios públicos oficiales para apertura oficial de la nueva línea de pymes	Se espera la aplicación de Pymes con Procesos a corto, mediano, largo plazo de exportación o importación o ya desarrollen dichas actividades
Instalación Sistema afiliación	Permanente	Las funciones entran en funcionalidad oficialmente	Aplicación de Pymes de la base de datos o allegados por los medios de difusión

Nota: Elaboración propia realizada con datos de la Empresa (CCJPCI) Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria. (2020). *Quiénes Somos*. Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria. <https://www.camaracolombojaponesa.org/quienes-somos>

Resultados

Para los primeros 6 meses se espera que por medio de difusión halla una empresa Pyme afiliada por medio de difusión y al menos 2 debido a su Networking y medios de incentivos lo que representa una mejora en las suscripciones del 1% de sus afiliados totales.

En la implementación y activación de las redes sociales se evidencian por difusión de redes un resultado de aumento de casi 60 seguidores de manera Orgánica y una acogida positiva para las Pymes.

Figura 6. Resultado Instagram



Nota: (CCJPCI) Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria. (2020). *Quienes Somos*. Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria. <https://www.camaracolombojaponesa.org/quienes-somos>

Para los primeros 6 meses se espera que por medio de difusión haya una empresa Pyme afiliada por medio de difusiones y al menos 2 debido a su Networking y medios de incentivos lo que representa una mejora en las suscripciones del 1% de sus afiliados totales.

Conclusiones

- La implementación de las pymes en el sistema de afiliaciones mejorara la estrategia de atraer mas afiliados a la cámara y le brindara una estabilidad financiera.
- La visualización de primera mano en la relación comercial, entre Japón y Colombia a grande y menor escala comercial potenciara las funciones de la Cámara
- La inclusión de las empresas pymes con potencial exportador dará oportunidad para productos innovadores y sistemas de cooperación entre distintos gremios.
- Se podrán implementar Networking entre la primera y la segunda línea, visibilizando aquellas pymes potenciales para atraer financiación o inversión.

BIBLIOGRAFIA

Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria. (2020). *Quienes Somos*. Cámara

Colombo Japonesa de Comercio e

Industria. <https://www.camaracolombojaponesa.org/quienes-somos>

Google Maps. (2020). *Ubicación geográfica de la empresa Cámara Colombo Japonesa de*

Comercio e Industria. Google Maps. <https://goo.gl/maps/4mDBRteRgVus2qaY6>

Ramírez M., J. M. (2019,). EPA

Colombia. *Portafolio* <https://www.portafolio.co/opinion/juan-manuel-ramirez-m/epa-colombia-529712>

SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL

Programación de actividades de la Organización

La cámara Colombo Japonesa ha realizado actividades en alianza con varias organizaciones incluyendo la embajada de Japón en Colombia, La embajada de Colombia en Japón, universidades, Empresas Colombianas y Japonesas, además de otras cámaras de comercio y visitas formales a las oficinas de sus Afiliados y eventos hechos netamente por la Cámara para ellos mismos y sus aliados, de manera que la participación fue continua y educativa.

La realización de logística en eventos, traducción de artículos y cartas, la oportunidad de encuentros con mandatarios diplomáticos del país, grandes empresarios y directivos de la cámara. realizo de manera instructiva todo lo relacionado con los lazos comerciales entre los dos países, así mismo las investigaciones acerca de nuevas estrategias para la cámara, reunión con potenciales afiliados y posibles misiones empresariales. Todo con el objetivo de permanecer activos, eficientes y sobre todo visibles frente a los cambios que atraviesa constantemente los negocios, las situaciones nacionales e internacionales dejando a flote la estrecha relación con Japón y el atractivo mercado potencial de economías complementarias que estos dos países representan.

Ciclos

Tabla 4. *Ciclo 1*

 CICLO 1 Enero	FECHA (Semanas)	ACTIVIDADES	LOGRO ALCANZADO	DIFICULTAD
	1. 7 al 10	1. Lectura de las reuniones ejecutivas y asambleas a partir del 2015-actualidad	1. Comprender la estructura de la Cámara	1.Desconocimiento de nombres y empresas.
	2. 13 al 17	2. Realización del 1er boletín de noticias	2.Publicación de noticias, uso de la plataforma MailChimp	2. Comprensión de la plataforma MailChimp
	3. 20 al 24	3.-UNICOC (Proyecto Arándanos) -Visita Embajada del Japón -Invari videoconferencia -United (Patrocinio 2020)	3 la participación de proyecto para exportación, además de compartir las actividades que se realizarían en el año	3.Presentacion como nueva funcionaria temporal de la cámara, dicción al expresar puntos y participar en el proyecto
	4. 27 al 31	4-Oficina LloredaCamacho -CCJCI. UNITED (plan de Patrocinios 2020) - Realización del Boletín de Noticias	4. Comunicar a nuestros clientes sobre las actividades e informar el plan de patrocinios.	4. Presentación como nueva funcionaria temporal de la cámara, Búsqueda de noticias entre Japón y Colombia

Nota: Elaboración propia

Tabla 5. *Ciclo 2*

 CICLO 2 Febrero	FECHA (Semanas)	ACTIVIDADES	LOGRO ALCANZADO	DIFICULTAD
	1. 3 al 7	1. -Universidad Santo Tomás. -Oficina Olarte Moure -Reunión Informativa Capri - Reunión FI Group - UNICOC+Corpohass - Oficina DG&A	1. Terminar de informar el plan anual, empezar a planear la asamblea, incluyendo la decana de la USTA y analizar la segunda reunión de los arándanos.	1 la disponibilidad de fechas para la realización de algunas actividades planeadas.
	2. 10 al 14	2. Realización de la base de datos de la Cámara	2. Una organizada tabla con contactos de afiliados y aliados de la cámara (CCJP)	2. Recolección de la información de las personas que conforman la lista
	3. 17 al 21	3.- Universidad de Los Andes (Foro Sociedad 5.0 - Realización del boletín de noticias	3 la participación de la primera actividad pública de la cámara realizada en la UniAndes	3 desplazamiento en la mañana, movilización hasta el lugar e implementos de publicidad de la cámara y Avianca
	4. 24 al 28	4- Se realizo piezas publicitarias para la asamblea - Publicación del Boletín de Noticias - Preparación de una exposición para la asamblea . Realización de la Asamblea Anual de la Cámara	4. Se completaron las tareas establecidas en el tiempo pertinente, se asistió como la maestra de ceremonia.	4 el diseño y el material para desarrollar las piezas, organización y compilación de información de la exposición con respecto al EPA

Nota: Elaboración propia

Tabla 6. *Ciclo 3*

 CICLO 3 Marzo	FECHA (Semanas)	ACTIVIDADES	LOGRO ALCANZADO	DIFICULTAD
	1. 2 al 6	1. -Se planea la actividad de resultados de una encuesta hecha por JETRO - Diseño de la pieza publicitaria -Se realiza la citación a la junta directiva de la Cámara -Publicación del Boletín de noticias	1. Asistir al evento JETRO como maestra ceremonias, presentado los diferentes panelistas	1 la repentina confusión en la comunicación con Brigard Urrutia con el aporte de conferencista.
	2. 9 al 13	2. -concierto de la esposa del embajador de Japón en Colombia - Edición del Video de la Sociedad 5.0 de la UniAndes	2 material entregado y subido a la plataforma digital a tiempo, y a los conferencistas	2. Para esta actividad no presente ninguna dificultad.
	3. 16 al 20	3.- Se aplaza la junta directiva	3. Ninguno	3 se implementó el Teletrabajo
	4. 24 al 27	4- Video Conferencia -presentación para la junta directiva sobre el evento de empresas JETRO -Publicación de video en conjunto con la Cámara de comercio de Bogotá	4 mejoramiento en escritura en ingles y traducción, inicio constante del manejo de redes sociales de la Cámara	4 debía ser entregado en el menor tiempo posible por la ejecución de la junta directiva de la cámara.

Nota: Elaboración propia

Tabla 7. Ciclo 4

 CÁMARA COLOMBO JAPONESA DE COMERCIO E INDUSTRIA	FECHA (Semanas)	ACTIVIDADES	LOGRO ALCANZADO	DIFICULTAD
CICLO 4 Abril	1.6 al 10	1. -Videoconferencia - reorganización de la base de datos	1 se realizó la reorganización nueva de las bases de datos	1. la poca interacción, además de la poca información desde casa.
	2. 13 al 17	2. -Videoconferencia - 1. Diseño del afiche promocional y la hoja de inscripción para el evento del 22 de abril. - Diseño pieza publicitaria para la cámara de comercio de Bogotá. -publicación de post para Instagram -Reestructuración de la base de datos	2 material entregado y subido y enviado a tiempo tanto a los Aliados y afiliados	2. Buscar el diseño apropiado que no causara pensamiento en la coyuntura actual aun cuando el evento trato del COVID-19 - completar de manera apropiada la información de la base de datos
	3. 20 al 24	3.- actividad de percepciones de las empresas frente a la coyuntura del COVID-19 -Realización del resumen ejecutivo del resumen sobre el centro de comercio virtual de la cámara con su respectiva traducción	3. Se llevo a cabo con éxito la prueba de este evento, -. La participación empresarial de altos comerciantes y la participación de ambos embajadores de Colombi y Japón.	3 el horario del lugar donde residen los panelistas del evento (Japón).la cual tiene 14 horas de diferencia
	4. 27 al 30	4- Resumen ejecutivo del evento del 22 de abril -post publicitario para Instagram - diseño de pieza publicitaria para el evento del 5 de mayo. Japón a la vanguardia -invitación de inscripciones para el evento del 5 de mayo	4 material entregado, subido y enviado a tiempo tanto a los Aliados y afiliados	4 debía ser entregado en el menor tiempo posible por la ejecución del evento sin contratiempos

Nota: Elaboración propia

