

Protocolo de afiliación para empresas PYMES

Presentado por:
Mariana Rojas Puentes

Trabajo presentado para optar al título de
Profesional en Negocios Internacionales

Dirigido por:
Miguel Alba

Universidad Santo Tomas
División de Ciencias Económicas y Administrativas
Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá DC
2022

Resumen

El presente trabajo tiene como fin cumplir el requisito para obtener el título de Profesional en Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás, dentro del cual se expone un protocolo de afiliación para empresas PYMES, desarrollado desde el área de proyectos de la Cámara de Comercio italiana para Colombia, donde se llevó a cabo la práctica profesional en la ciudad de Bogotá.

El objetivo del plan de mejora es brindar apoyo a pequeñas y medianas empresas colombianas mediante la presentación de un test, y de acuerdo a lo evidenciado en el mismo, recibirán asesorías, consultorías y seguimiento durante seis meses por parte de la Cámara de Comercio italiana. De igual manera, la Cámara obtendrá mayor reconocimiento en el territorio nacional y el aumento de empresas PYMES asociadas a la misma.

Agradecimientos

En primera instancia, quiero agradecer a Dios por haberme dado la oportunidad de llevar a cabo una carrera que me ayudara a enfocar mis metas y sueños; de igual forma, haberme dado la salud para llegar hasta este punto. Agradezco también a mi familia, en especial a mi papá y a mi hermano por siempre haber sido un apoyo incondicional durante mi proceso educativo y emocional, a mi mamá por impulsarme siempre a seguir adelante y no dejarme desfallecer en los momentos difíciles.

En segundo lugar quiero agradecer a los profesores de la Universidad Santo Tomás que estuvieron en todos y cada uno de mis procesos de aprendizaje, buscando siempre una mejora y superación de mi como persona y futura profesional en Negocios Internacionales.

Finalmente, agradezco a todas y cada una de las personas que estuvieron junto a mí guiándome a lo largo del desarrollo de mi carrera y de este proyecto.

Introducción

La Cámara de Comercio Italiana, es una entidad gremial que funciona como un puente de relacionamiento económico-comercial entre Italia-Colombia y viceversa, buscando siempre los beneficios de ambas partes. Brindando servicios de asesoría y consultoría, realizando ruedas de negocios en distintos sectores para fomentar los vínculos comerciales entre compradores italianos y vendedores colombianos, eventos, los cuales se encuentran dentro de los beneficios brindados a los asociados de la Cámara, también participan agremiaciones, entidades y otras Cámaras de comercio; misiones comerciales con el fin de llevar a Italia empresarios colombianos mediante agendas presenciales con proveedores o potenciales clientes del sector de interés.

En el siguiente trabajo presentaré un plan de mejora, desde mi desempeño como practicante dentro de la Cámara de Comercio Italiana para Colombia. Teniendo en cuenta las amenazas y debilidades de la empresa y como desde mi punto de vista, se podría implementar un programa buscando la mejora y reconocimiento de la Cámara como apoyo a las PYMES.

Durante mis prácticas profesionales, mis labores estaban relacionadas con el apoyo en distintos proyectos con personas del sector café, artesanos y snacks de fruta o dulce, que tienen la capacidad exportadora para ingresar al mercado italiano; sin embargo, al momento de participar en la elaboración de este proyecto el cual se llevó a cabo en conjunto con la Gobernación de Cundinamarca, durante el proceso de selección de las empresas, hubo algunas que fueron descartadas debido a que no tenían la capacidad exportadora para participar en el proceso de internacionalización.

A partir de esas empresas que fueron descartadas nace la idea de realizar un programa de afiliación para las PYMES, en el cual la Cámara les brinde asesoría y consultorías para aumentar su capacidad exportadora y convertirlas en empresas lo suficientemente competitivas para lograr ingresar al mercado italiano.

Tabla de contenidos

1. La compañía

- 1.1 Aspectos generales
 - 1.1.1 Misión, visión y valores corporativos
 - 1.1.1.1 Misión
 - 1.1.1.2 Visión
 - 1.1.1.3 Valores corporativos
 - 1.1.2 Ubicación geográfica
 - 1.1.3 Estructura organizacional
 - 1.1.4 Departamento en el que desarrolla la práctica
 - 1.1.5 Análisis DOFA

2. Plan de mejora

- 2.1 Planteamiento central del plan de mejora
- 2.2 Importancia, limitaciones y alcance
 - 2.2.1 Importancia
 - 2.2.2 Limitaciones
 - 2.2.3 Alcance
- 2.3 Objetivo general
 - 2.3.1 Objetivos específicos

3. Contenido plan de mejora

- 3.1 Propuesta plan de mejora
- 3.2 Desarrollo plan de mejora
- 3.3 Conclusiones
- 3.4 Bibliografía

4. Seguimiento práctica profesional

- 4.1 Programación de actividades
 - 4.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes
 - 4.1.1.1 Ciclo 1
 - 4.1.1.2 Ciclo 2
 - 4.1.1.3 Ciclo 3
 - 4.1.1.4 Ciclo 4
 - 4.1.1.5 Ciclo 5

1. La compañía

1.1 Aspectos generales

La Cámara de Comercio Italiana para Colombia, es una empresa privada que reúne entidades de Colombia e Italia enfocadas en llevar a cabo actividades comerciales de forma bilateral.

La Cámara funciona en Colombia desde 1956, representando empresarios italianos. Asimismo es una entidad oficialmente reconocida por el Gobierno italiano y colombiano con la misión de fomentar las relaciones económico-comerciales y de inversión de forma bilateral. Adicionalmente trabaja en conjunto con principales entidades del "Sistema Italia", como: Embajada de Italia, Istituto per il Commercio Estero (ICE-ITA), Agenzia Italiana per la Cooperazione e lo Sviluppo (AICS), Istituto Italiano di Cultura. (Cámara de comercio italiana para Colombia, 2022)

1.1.1 Misión, visión y valores corporativos

1.1.1.1 Misión

La misión de la Cámara de Comercio italiana para Colombia consiste en fomentar las relaciones económico-comerciales, además de representar el empresariado italiano y mantener en Colombia la cultura del Made In Italy (Cámara de comercio, 2022)

1.1.1.2 Visión

Actualmente la empresa no cuenta con una visión específica; sin embargo, se enfoca en el cumplimiento de metas anuales, mediante el desarrollo de diferentes proyectos, misiones comerciales y eventos

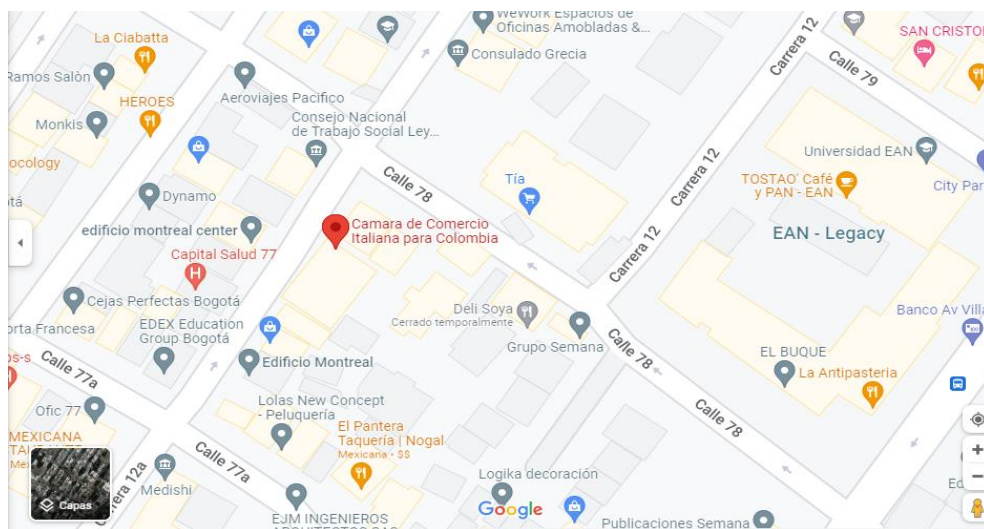
1.1.1.3 Valores corporativos

Dentro de la Cámara de Comercio italiana para Colombia, se destacan valores como la responsabilidad, el respeto y principalmente el trabajo en equipo.

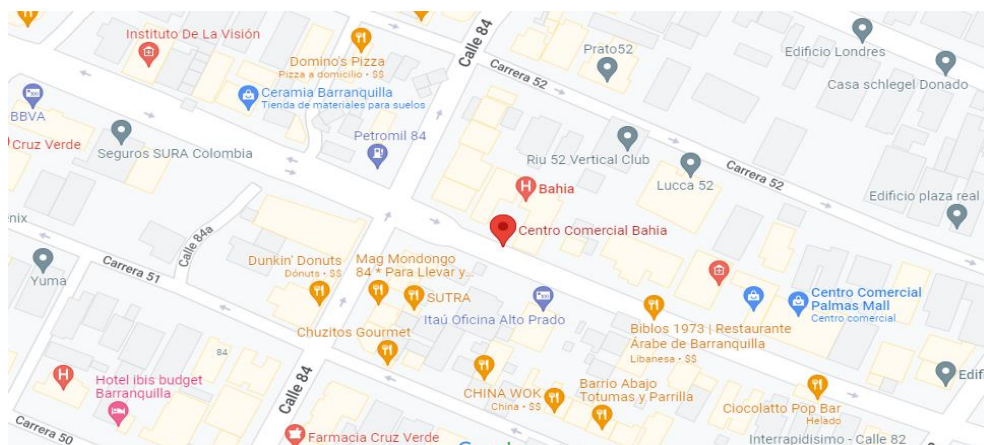
1.1.2 Ubicación geográfica

La Cámara de Comercio italiana actualmente cuenta con dos sedes, su sede principal está ubicada en la Cra 12A #77A - 52, Bogotá. Edificio Montreal Center, oficina 703. Cuenta con otra sede en Barranquilla en la Cra 51B #82 - 254, Centro Comercial Bahía.

Sede Bogotá

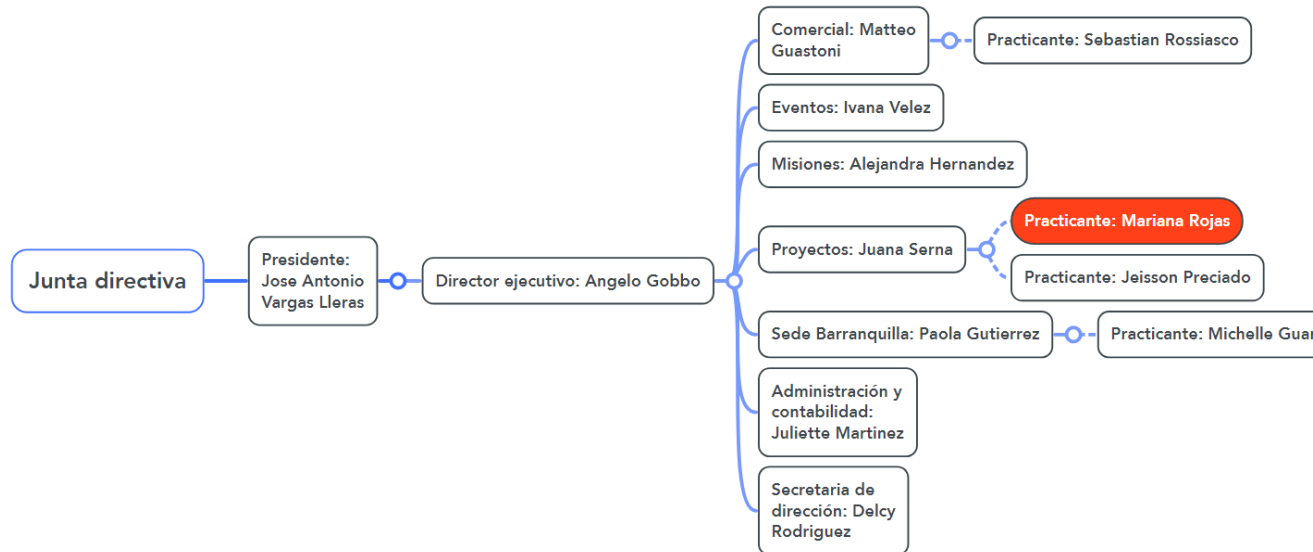


Sede Barranquilla



Fuente: Google Maps

1.1.3 Estructura organizacional



Fuente: Elaboración propia

1.1.4 Departamento en el que desarrolla las prácticas

Las prácticas se desarrollaron en el área de proyectos de la Cámara de Comercio Italiana para Colombia. El área de proyectos se encarga del desarrollo de ferias y convocatorias junto con distintas gobernaciones de los departamentos ayudando emprendimientos o empresas que quisieran exportar hacia Italia.

De igual forma también se desarrollan actividades como elaboración y organización logística de ruedas de negocios y estudios de mercado.

1.1.5 Análisis DOFA

Fortalezas	Debilidades
Conocimientos en el área de	Poco personal en el área de proyectos

proyectos sobre las exportaciones y el mercado italiano ● El área de proyectos cuenta con un buen relacionamiento con expertos en aduanas, legislación y marketing para las asesorías	como apoyo para el protocolo de afiliación para las PYMES ● Falta de reconocimiento de la Cámara de Comercio italiana por parte de la población nacional
Oportunidades ● Desde el área de proyectos, podría aumentar el número de empresas PYMES asociadas a la Cámara ● Apoyo por parte de las directivas de la Cámara para el desarrollo de nuevos proyectos	Amenazas ● Interés de otras organizaciones para apropiarse del modelo, que tengan mayor capacidad de inversión o alcance. ● Falta de interés por parte de las gobernaciones de los distintos departamentos para realizar las convocatorias

2. Plan de mejora

2.1 Planteamiento central del plan de mejora

Dentro de la empresa se llevan a cabo distintos proyectos, misiones comerciales y encuentros B2B, los cuales tienen como objetivo dar a conocer empresas colombianas en el mercado italiano en distintos sectores. Sin embargo, la Cámara de Comercio italiana carece de reconocimiento a nivel nacional dentro de las empresas, por ende, las funciones que se desempeñan dentro la misma no son tenidas en cuenta, por otro lado, el area de proyectos con cuenta con el personal suficiente para llevar a cabo más de tres o cuatro proyectos a la vez

Es por ello que, basada en la falta de reconocimiento de la empresa a nivel nacional, surge la idea de implementar un protocolo de afiliación para las PYMES, en el inicialmente se hace un acercamiento a las gobernaciones de cada departamento, lanzando la convocatoria del protocolo, únicamente a empresas PYMES. Para esta convocatoria, dichas empresas

presentarán un test exportador y así mismo; tendrán la opción de ingresar y participar de distintas asesorías y consultorías brindadas por parte de la Cámara de Comercio italiana, con el apoyo de asociados y contactos expertos en aduanas y legislación del mercado europeo.

Los beneficios que recibirán las empresas dentro de este protocolo de afiliación, son los siguientes:

- Obtener mayor conocimiento sobre la legislación aduanera europea y el mercado italiano; asimismo comprender cómo podría participar su producto dentro del mismo.
- Tener una mayor capacidad de exportación, asimismo ser más competitivas tanto en el mercado nacional como en el internacional
- Recibir por parte de la Cámara cursos de italiano básico y de negocios.

El resultado de estas consultorías y asesorías, es que al cabo de seis meses, teniendo en cuenta que la empresa demuestre completo interés por internacionalizar su marca; puedan participar en los proyectos, las misiones o los encuentros B2B que ofrece la Cámara de Comercio italiana.

Y como beneficio para la empresa, tendrá mayor reconocimiento por parte de las empresas y podrá posicionarse como partner italiano para las PYMES en Colombia

2.2 Importancia, limitaciones y alcances

2.2.1 Importancia

La implementación de este protocolo de afiliación dentro de la Cámara de Comercio italiana para Colombia, favorecerá a la Cámara para lograr convertirse y posicionarse como partner principal italiano de apoyo para las PYMES; de igual manera, beneficiará a las pequeñas empresas para ser competitivas en el mercado nacional e internacional.

Por otro lado, la presentación del test exportador, ayudará a la Cámara a dar un diagnóstico sobre cada una de las empresas, para ofrecer la afiliación al protocolo donde

recibirán asesorías y consultorías, también será un apoyo para realizar un seguimiento mes a mes y evidenciar los avances de los conocimientos que adquieran en las asesorías, por último, el test facilitará la recopilación de datos para la Cámara con el fin de asociarse y encontrar nuevos contactos comerciales para obtener relacionamientos que puedan favorecerlos contando con el apoyo de los asociados con los que ya cuenta la empresa.

2.2.2 Limitaciones

Desde el área de proyectos, no se cuenta con el personal suficiente para realizar un seguimiento constante al proceso, por ende; se necesitaría contratar más personal capacitado en el tema para llevar a cabo de manera exitosa el proyecto.

Adicionalmente, la Cámara de Comercio italiana carece de reconocimiento por parte de la mayoría de empresas a nivel nacional y esto podría generar desinterés o desconfianza por parte de las gobernaciones.

2.2.3 Alcances

Con la implementación del plan de mejora y desde el área de proyectos, se busca incrementar el número de empresas PYMES afiliadas a la Cámara de Comercio italiana, posicionandola como partner italiano principal de las pequeñas y medianas empresas.

2.3 Objetivo general

- Diseñar un test para el protocolo de afiliación para PYMES, con el fin de diferenciar y medir el nivel de conocimiento de exportaciones de las empresas

2.3.1 Objetivos específicos

- Orientar a las empresas PYMES para que sean competitivas en el mercado italiano, aumentando asimismo su capacidad exportadora

- Realizar un seguimiento durante el proceso para garantizar la efectividad del protocolo
- Posicionar a la Cámara de Comercio como mayor partner italiano de las PYMES en Colombia

3. Contenido plan de mejora

3.1 Propuesta plan de mejora

El presente plan de mejora busca implementar un protocolo de afiliación para las empresas PYMES en Colombia, con el fin de brindarles asesorías y consultorías divididas por módulos para que al cabo de 6 meses logren ser competitivas y puedan ingresar al mercado italiano, participando asimismo en distintas ferias, las cuales tienen que ver con el área de proyectos de la empresa, área en la cual se desempeñaron las actividades laborales de la práctica profesional.

A partir de las convocatorias realizadas para la participación de pequeñas empresas en los proyectos de exportación de productos o ferias internacionales llevadas a cabo en Milán, Italia. Durante las convocatorias y selección de las empresas, algunas quedan fuera del proyecto, debido a que no cuentan con la capacidad exportadora, la mano de obra o personal suficiente, tampoco cumplen con la legislación o conocimientos necesarios para exportar a Italia.

3.2 Desarrollo plan de mejora

Protocolo de afiliación para las empresas PYMES

Inicialmente se realiza un acercamiento a las gobernaciones, ofreciendo el protocolo de afiliación, mediante las mismas, se hace el lanzamiento de la convocatoria. En la primera fase de la convocatoria, las empresas realizan un test exportador por medio del cual

la Cámara podrá evidenciar si cumplen con los requisitos necesarios para lograr una exportación y realizar un diagnóstico de cada una de las empresas.

La Cámara de Comercio italiana ofrece la opción de afiliarse al protocolo y tener los beneficios de recibir asesorías y consultorías durante seis meses, acompañadas de un seguimiento mediante talleres práctico. Cabe resaltar, que uno de los requisitos para afiliarse al programa es que las empresas deben tener al menos un tiempo de año y medio de participación en el mercado nacional o local.

El protocolo de afiliación está dividido en 6 módulos (cada módulo tiene duración de un mes), las empresas recibirán asesorías 3 veces a la semana, tendrán seguimiento mes a mes para evidenciar el avance y progreso de cada empresa durante el módulo. Las empresas deberán alcanzar el 75% de conocimientos en los talleres evaluativos de seguimiento para continuar al siguiente módulo.

Los modulos estan divididos de la siguiente manera:

MÓDULO 1. DOCUMENTACIÓN PARA EXPORTAR

En este primer módulo, recibirán una introducción sobre el desarrollo de todo el protocolo, mostrando que el objetivo de la participación de este es formar a las empresas en un periodo de seis meses. Los últimos dos módulos son de práctica y los cuatro primeros son teóricos

La asesoría sobre la documentación para exportar tiene una duración de dos horas, adicional, tendrán 40 minutos para realizar preguntas y resolver dudas respecto al tema.

Se explican los principales documentos a exportar como: RUT exportador, factura comercial, lista de empaque, registro sanitario y el documento de la declaración de la exportación.

También recibirán información sobre las partidas arancelarias, en este punto, se realiza la presentación de una herramienta informática llamada Acces2Markets, es una página dentro de la cual encontrarán cada una de las partidas arancelarias, con su respectiva descripción con el fin de facilitar la búsqueda e identificación de las mismas.

Al finalizar el módulo, y con el fin de cumplir con los seguimientos mes a mes para evidenciar avances, las empresas realizarán distintos talleres evaluativos y deberán obtener una ponderación del 75% sobre el diligenciamiento de los documentos y la identificación de sus productos en las partidas arancelarias, para continuar al módulo 2.

MÓDULO 2. LEGISLACIÓN ADUANERA ITALIANA

Para este módulo, las empresas recibirán asesorías sobre las certificaciones con las que deben contar para realizar una exportación hacia Italia y como obtenerlas.

Por otro lado se expondrán los impuestos y aranceles de los productos y el tratado de libre comercio entre Colombia y la Unión Europea.

Esta asesoría tiene una duración de dos horas y 40 minutos adicionales para responder dudas respecto al tema.

Finalmente, para darle seguimiento al tema del módulo, se realizará un taller evaluativo y deberán obtener una ponderación del 75%, dentro del cual deben indicar las certificaciones, que tipo y cuantas certificaciones necesita su producto para la exportación, para continuar al módulo 3.

MÓDULO 3. SOBRE EL MERCADO ITALIANO

En el tercer módulo del protocolo, recibirán asesorías sobre el mercado italiano. Contiene: la presentación de una herramienta digital, una página web llamada OEC, la cual facilita la exploración de datos comerciales y funciona para realizar estudios de mercado.

Esta asesoría tiene una duración de dos horas y 40 minutos adicionales para responder dudas respecto al tema.

También tendrán una presentación de distintos players o referencias de compradores italianos que trabajan mediante el mercado justo y solidario, además de la presentación de compradores de productos latinos para su distribución en Italia.

Al final del módulo, con el fin de dar seguimiento al avance de las empresas, presentarán un taller evaluativo y deberán obtener una ponderación del 75% sobre el uso de la herramienta digital y cómo realizar un estudio de mercado, para continuar al módulo 4.

MÓDULO 4. CÓMO ADAPTAR SU PRODUCTO AL MERCADO ITALIANO Y NEGOCIACIÓN

En la presentación del cuarto módulo recibirán asesorías sobre cómo realizar estudios de mercado y cómo se comportan las exportaciones de cada producto en los últimos años. También encontrarán el consumo de su producto en Italia y los distintos canales de distribución que puede encontrar. No es necesario crear un producto nuevo o

adicional sólo para la exportación, es decir, no deben incrementar los gastos en material o mano de obra.

Esta asesoría tiene una duración de dos horas y 40 minutos adicionales para responder dudas respecto al tema.

Dentro de este módulo, también recibirán asesorías para negociar con italianos, algunos tips sobre la cultura italiana y un curso básico de italiano para tener claros algunos conceptos básicos para la presentación del producto.

Para el seguimiento de este módulo, deben realizar un pitch comercial para compradores italianos, será evaluado por el asesor del módulo y deberán obtener una ponderación del 75% y continuar al módulo 5.

MÓDULO 5. MODULO PRACTICO Y ENCUENTRO VIRTUAL

Para este módulo se agendará encuentros virtuales a los participantes con posibles compradores italianos, en los cuales deben presentar su producto y ofrecerlo e intentar venderlo, tendrán el acompañamiento de un trabajador de la cámara y el asesor del módulo.

El proceso de seguimiento en este módulo será llegar a un acuerdo de negocio con el comprador y mantener el contacto para realizar una primera exportación de prueba. El participante del módulo deberá obtener una ponderación del 90% para continuar al módulo final.

MÓDULO 6. FIN DEL PROTOCOLO, PRIMERA EXPORTACIÓN.

Para el último módulo, y con el fin de poner en práctica todo lo aprendido durante las asesorías, las empresas realizarán su primera exportación hacia Italia con el apoyo y acompañamiento de la Cámara de Comercio italiana.

De igual forma, la Cámara, junto con la empresa vendedora debe realizar seguimiento de los productos enviados, para evidenciar y realizar un diagnóstico del comportamiento de su producto en el mercado italiano para estudiar la posibilidad de una segunda exportación.

Los participantes recibirán un certificado por parte de la Cámara, en el cual indica que son empresas aptas para exportar y participar en las ferias internacionales representando a Colombia.

TEST EXPORTADOR PARA PROTOCOLO DE AFILIACIÓN PARA PYMES			
El siguiente test, tiene como fin saber su nivel de conocimientos para exportar y conocer su producto, con el objetivo final de brindar apoyo a empresas pequeñas y medianas de acuerdo a los resultados del mismo. Por favor dar respuestas concretas en las preguntas con respuesta abierta			
Pregunta	Respuesta		
Nombre de su empresa			
¿En qué ciudad se encuentra ubicada la empresa?			
1. ¿ Ha realizado exportaciones de alguno de sus productos?	Si	No	
2. ¿Tiene conocimiento sobre la documentación requerida para exportar?	Si	No	
3. ¿Qué productos ofrece? Realice por favor una descripción breve			
4. ¿Tiene conocimiento de las partidas arancelarias?	Si	No	
5. ¿Cuánto tiempo lleva en el mercado nacional?	1 año	2 años	Más de dos años
6. ¿Conocía la presencia de la Camara de Comercio italiana en Colombia?	Si	No	

3.3 Conclusiones

Durante el desarrollo de las prácticas en el área de proyectos, se observó que la Cámara de Comercio italiana lleva un buen tiempo de presencia en Colombia, pero, no tiene mayor reconocimiento por parte de las empresas a nivel nacional. También se evidenció que para algunos proyectos era fundamental trabajar con artesanos y empresas medianas o pequeñas, además, de realizar acercamientos y contar con el apoyo de las gobernaciones del país.

Pero, al momento de realizar el acercamiento y las convocatorias de las empresas para los proyectos, algunas de estas eran descartadas debido a que no contaban con los requerimientos suficientes para poder realizar una exportación, no tenían mucha experiencia con el mercado internacional su producto no era el adecuado para ingresar al mercado italiano.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, se vio la necesidad de implementar un protocolo de afiliación para PYMES en la Cámara de Comercio italiana para Colombia. Por medio de un test, la Cámara podrá evidenciar los niveles de conocimiento en exportación que tiene cada una de las empresas, además de su experiencia en la misma y de igual forma las empresas que cuenten con bajo conocimiento o experiencia en el mercado internacional recibirán apoyo con asesorías, consultorías y adicionalmente un seguimiento por parte de la Cámara durante los seis meses del protocolo de afiliación, cabe resaltar que no cuenta con ningún valor monetario.

Finalmente, por el apoyo que brinda la Cámara a estas empresas, ayudaría a aumentar el número de asociados PYMES en la empresa y generar mayor reconocimiento y relacionamiento de la Cámara de Comercio italiana en todo el país. Según el DANE *“estima que estas empresas representan 90 % del sector productivo total del país”*. Teniendo en cuenta eso, la idea es lograr llegar a un 5% de las PYMES en Colombia por medio del plan de mejora y aumentar el número de PYMES afiliadas a la Cámara de Comercio italiana, con el fin de lograr tener un total de 100 empresas pequeñas y medianas asociadas a la Cámara

3.4 Bibliografía

Moreno, J. (2022, April 19). *Pymes en Colombia: qué son, cuántas hay y ejemplos*. Blog de HubSpot. Retrieved February 9, 2023, from <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-colombia>

Inicio. (n.d.). Cámara de Comercio Italiana. Retrieved February 9, 2023, from <https://ccicolombia.com/es/>

4. Seguimiento práctica profesional

4.1 Programación de actividades realizadas en la organización

Durante la práctica, se llevaron a cabo distintos trabajos relacionados con las llamadas y el contacto de personas o empresas para distintos proyectos junto con la gobernación de Cundinamarca, ferias en Italia y clientes para asociados. De igual manera, se desarrollaron trabajos de apoyo en una feria estudiantil realizada en Colombia.

Para el trabajo con la Gobernación de Cundinamarca, se hizo la selección de 10 emprendedores, quienes la Cámara ayudó a poner en contacto con compradores italianos, en este caso, en el transcurso de la práctica se realizaba un seguimiento de las empresas colombianas, de igual forma se realizaba acompañamiento durante los encuentros virtuales y las reuniones para realizar la exportación de productos. Adicionalmente, la organización de dos eventos presenciales de relacionamiento entre compradores y vendedores.

En cuanto a las ferias en Italia, teniendo en cuenta que es un evento que se realiza anualmente en ese país, donde la Cámara apoya a un grupo aproximado de 25 artesanos, y en el cual participa hace 60 años. El trabajo realizado tenía que ver con el seguimiento y el envío de la documentación necesaria para los productos de exhibición, asimismo, como el acompañamiento en capacitaciones virtuales sobre exportación, documentación y marketing.

Sobre el contacto para asociados, la Cámara apoya en la facilitación de contactos para empresas asociadas a la misma, por lo tanto, era un trabajo de búsqueda de empresas en distintos sectores además de un trabajo de llamadas.

Por último, en el mes de octubre se llevó a cabo una feria llamada Aula Italia, en ciudades como Medellín, Barranquilla y Bogotá. Para este trabajo se desempeñaron labores de promoción del evento tanto virtual como presencial, visitas en distintas universidades y apoyo en la logística el día del evento.

4.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes

4.1.1.1 Ciclo 1

Fechas	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades enfrentadas
Julio - Agosto	Inducción a la empresa, <i>doing business</i> , proyectos, uso de plataformas	Entendimiento y familiarización con la empresa y el desarrollo de sus proyectos	Falta de organización en la división del trabajo
	Llamadas de facilitación de contactos para socios	Aprendizaje sobre cómo realizar llamadas telefónicas	Dificultades para obtener el contacto directo
	Convocatoria para el proyecto con la Gobernación de Cundinamarca, via instagram	Nuevos conocimientos sobre el sector artesanal y sector café	Ninguna

4.1.1.2. Ciclo 2

Fecha	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades enfrentadas
Agosto - Septiembre	Agendamiento o de encuentros	Aprendizaje sobre organización	Diferencia de zona horaria

	virtuales con vendedores	de agendas	
	Planeación y diseño de material visual para las capacitaciones sobre exportación	Buenos resultados, diapositivas claras y de fácil entendimiento	Falta de creatividad y división del trabajo. Falta de información.
	Acompañamiento de encuentros virtuales	Nuevos conocimientos sobre las empresas y cómo llevar a cabo un encuentro virtual	Ninguna
	Organización logística de evento presencial con el primer comprador italiano	Buen resultado y satisfacción por el logro del objetivo	Manejo del estrés, trabajo fuerte de llamadas

4.1.1.3 Ciclo 3

Fecha	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades enfrentadas
Septiembre - octubre	Organización y diseño de horarios para misión comercial y visita a cada empresa	Buen desempeño y desarrollo de las visitas	Retrasos por factores externos
	Visita a distintas universidades para difusión y promoción de Aula Italia	Interés por parte de las universidades para recibir información	Poca recepción e interés por parte de los estudiantes para asistir a la feria

4.1.1.4 Ciclo 4

Fecha	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades enfrentadas
Octubre - noviembre	Acompañamiento en las capacitaciones para los artesanos participantes de <i>Artigiano in fierà</i>	Nuevos conocimientos sobre marketing digital y documentación en aduanas	Ninguna
	Organización segunda visita y misión comercial	Aprendizaje sobre organización del tiempo	Retrasos por factores externos
	Aula Italia	Alrededor de mil asistentes universitarios al evento Buena recepción y participación del público	Trabajo bajo presión, manejo del estrés, retrasos

4.1.1.5 Ciclo 5

Fecha	Actividades realizadas	Logros	Dificultades enfrentadas
Noviembre - diciembre	Recepción y organización de documentos de artesanos para <i>Artigiano in fierà</i>	Mejora en el envío de correos masivos y redacción de cartas Desarrollo de atención al detalle	Incumplimiento e información incompleta por parte de los artesanos
	Desarrollo de <i>Artigiano in fierà</i> en Milán	Agilidad en la solución de problemas vía telefónica	Desconocimiento en algunos términos Manejo del

			estrés
	Apoyo en rueda de negocios del sector farmacéutico	Nuevos conocimientos sobre el sector	Desconocimi ento de algunos términos
	Facilitación de contactos para asociados	Mejora en llamadas comerciales Mayor facilidad para realizar acercamiento	Dificultad para obtener el contacto directo