



Plan de mejora

Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria

Maria Alejandra Horta Camacho

Trabajo de grado para optar al título de
Profesional en Negocios Internacionales

Dirigido por

Gabriel Felipe Ospina Argote

Universidad Santo Tomás

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá D.C.

2021

ÍNDICE

1. Introducción.....	6
2. Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria.....	7
2.1 Aspectos generales.....	7
2.2 Misión.....	7
2.3 Visión.....	7
2.4 Ubicación geográfica.....	7
2.5 Estructura organizativa.....	7
2.6 Unidad o departamento donde se desarrolla la práctica.....	8
2.6.1 Análisis DOFA.....	9
3. Planteamiento de plan de mejora respecto a las prácticas profesionales.....	9
3.1 Planteamiento central del Informe de Prácticas Profesionales.....	9
3.2 Importancia, limitaciones y alcances del trabajo de prácticas profesionales.....	10
3.2.1 Importancias.....	10
3.2.2 Limitaciones.....	10
3.2.3 Alcances.....	11
3.3 Objetivo general del Informe de Prácticas Profesionales.....	11
3.3.1 Objetivos Específicos.....	11
4. Contenido Plan De Mejora.....	11
4.1 Propuesta De Mejora.....	11
5. Conclusiones.....	16
6. Referencias.....	17
7. Anexos.....	18
8. Seguimiento práctico profesional.....	19
8.1 Programación de actividades realizadas en la organización.....	19
8.2 Cumplimiento de objetivos trazados por mes.....	19

RESUMEN

La Cámara fue creada el 10 de mayo de 1988, con la necesidad de estrechar los lazos de amistad entre las dos naciones, servir como órgano de consulta del gobierno, de los institutos y las agencias del Estado de Colombia y Japón y apoyar los intereses económicos, comerciales, industriales y turísticos binacionales. A lo largo de estos 33 años desde su fundación, la cámara se ha dedicado mediante la realización periódica de conferencias, seminarios y congresos, a servir como puente entre empresarios e inversionistas de ambos países (Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria, s.f.).

Mediante estas actividades la cámara se da a conocer e incentiva a las empresas a afiliarse y gozar de los servicios con los que cuenta, los cuales consisten en: informar, educar, coordinar, asesorar y apoyar sobre temas de actualidad ligados al sector empresarial tanto de Colombia como de Japón, de tal forma que facilite la interacción e introducción al mercado.

Actualmente la cámara cuenta con la afiliación de 56 compañías al 31 de diciembre de 2020, de las cuales 33 son japonesas y 23 son colombianas, con la aportación monetaria que estas empresas brindan anualmente a la cámara, esta logra cubrir sus gastos y financia todas las actividades realizadas.

Sin embargo, cuenta con un muy bajo índice de afiliación de nuevas compañías por año, principalmente porque a las actividades asisten las mismas empresas y no se realiza correctamente la promoción, es por ello que se propone la reestructuración de estas mediante la sectorización de estas actividades de tal manera incentive la participación de nuevas empresas.

ABSTRACT

The Chamber was created on May 10, 1988, with the need to strengthen ties of friendship between the two nations, serve as a consultative body for the government, institutes and

agencies of the State of Colombia and Japan, and support economic interests. , commercial, industrial and bi-national tourism. Throughout these 33 years since its foundation, the chamber has been dedicated, through the periodic holding of conferences, seminars and congresses, to serve as a bridge between businessmen and investors from both countries, through these activities the chamber becomes known and encourages companies to join and enjoy the services they have, which consist of: informing, educating, coordinating, advising and supporting on current issues related to the business sector in both Colombia and Japan, in such a way as to facilitate the interaction and introduction to the market.

Currently the chamber has the affiliation of 56 companies as of December 31, 2020, of which 33 are Japanese and 23 are Colombian, with the monetary contribution that these companies provide annually to the chamber, it manages to cover its expenses and finances all the performed activities.

However, it has a very low rate of affiliation of new companies per year, mainly because the activities are attended by the same companies and the promotion is not carried out correctly, that is why it is proposed to restructure these through the sectorization of these activities in such a way it encourages the participation of new companies

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer a Oscar Romero, Director Ejecutivo de la Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria, por brindarme la oportunidad de ser parte de su equipo y brindarme todos los recursos necesarios y conocimientos que me permitieron enriquecerme profesionalmente, acercándome a una cultura tan enriquecedora como lo es Japón.

En segundo lugar, quiero agradecer al profesor Ernesto Arguello y mi tutor Gabriel Ospina, quienes con sus conocimientos y experiencia me han guiado y brindado su apoyo en todo este proceso

Por último, quiero agradecer a mi familia y amigos, especialmente a mis padres, quienes con su amor y apoyo incondicional me ayudaron a seguir adelante durante toda mi carrera, convirtiéndose en un pilar fundamental para mi crecimiento personal.

INTRODUCCIÓN

La Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria (CCJCI) se ha destacado por ser una organización que promueve la interacción de las relaciones bilaterales entre Colombia y Japón gracias a la realización de conferencias, seminarios y congresos sobre temas de actualidad ligados al sector empresarial, convirtiéndose en una conexión de contactos e información que puede ser de gran asistencia para empresas que tengan en mira realizar negocios entre ambas naciones.

Actualmente Colombia y Japón se encuentran en el proceso de la firma del Acuerdo de Asociación Económica (EPA) y según un artículo de la revista Portafolio afirma que se espera que incremente el intercambio comercial con la firma de este acuerdo (EPA Colombia, Juan Manuel Ramírez, Portafolio, 2020). Contar con la firma de este acuerdo supone para los colombianos una gran ventaja competitiva, puesto que Colombia solo representa el 0.087% de las importaciones japonesas lo que se traduce en una gran confianza y altas expectativas por parte de Japón al tener a Colombia en cuenta para dicho acuerdo.

Colombia tiene grandes potenciales aún no explotados en el mercado japonés, sectores en los cuales la cámara hace hincapié frente a sus afiliados, con la esperanza que se logre incrementar y diversificar en el mercado.

Todas estas actividades realizadas por la cámara y sus patrocinadores son de gran interés e importancia para el conocimiento y difusión de temas de actualidad de ambas naciones, es de allí que parte la importancia de aumentar la red de afiliaciones.

2. CAMARA COLOMBO JAPONESA DE COMERCIO E INDUSTRIA

2.1 Aspectos generales

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. (CCJCI, s.f)

2.2 Misión

Somos 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. (CCJCI, s.f)

2.3 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. (CCJCI, s.f)

2.4 Ubicación geográfica

Actualmente la organización no cuenta con una oficina física, sin embargo, a partir del 01 de junio del presente año se encontrará en la Carrera 7 No. 71-21

2.5 Estructura organizativa

La Cámara Colombo Japonesa de comercio e industria se encuentra organizada de la siguiente manera, partiendo desde la Asamblea General de Afiliados hasta los practicantes.

Figura 1

Organigrama Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria



Nota: Tomado de Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria, 2021

2.6 Unidad o departamento en el que se desarrolla la práctica

La unidad en la que se desempeñó la práctica profesional fue en el área de investigación. Las investigaciones se centraron principalmente en dar actualización al Acuerdo de Asociación Económica entre Colombia y Japón (EPA) en el cual se basó principalmente en una investigación sobre todo lo que abarca el comercio y la inversión entre ambos países, para llegar a la conclusión de cuál es el efecto que la firma de este acuerdo puede causar en la economía de ambos países, por otro lado también me desempeñe en el manejo de redes sociales y página web, de tal manera que incrementara la interacción con el público objetivo.

2.6.1 Análisis DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
• Tener las herramientas para el desarrollo de las actividades e investigaciones • Amplia conexión de contactos • Alta participación en eventos de interés • Amplio conocimiento e información de ambos países	• Falta de claridad en los servicios prestados • No tener un perfil concreto para quienes va dirigido en contenido de las actividades • No tener un plan de actividades dividida por sectores • No se promueve el desarrollo de actividades que logren llegar posibles nuevos afiliados
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
• Apoyo por parte de varias entidades nacionales e internacionales en la realización de las actividades propuestas • Interacción permanente con entidades gubernamentales • Confianza por parte de afiliados y patrocinadores • Incremento de las relaciones bilaterales con la firma del EPA	• Dada la coyuntura actual se ha dado la pérdida de afiliados y patrocinadores • Desarrollo de actividades de poco interés para las empresas • Bajo porcentaje de empresas que exporten en Japón • Falta de información precisa sobre las necesidades de los afiliados y posibles afiliados

Tabla 1: Análisis DOFA

3. Planteamiento de plan de mejora respecto a las prácticas profesionales

3.1 Planteamiento central del Informe de Prácticas Profesionales

Teniendo en cuenta la matriz anterior pude identificar que la Cámara posee problemas en promover y dar visibilidad a sus actividades porque no tienen un canal de comunicación sólido ni un objetivo claro.

Por lo tanto, el presente plan de mejora consiste en la creación de portafolios sectoriales que incluyan asesoramiento y actividades relacionadas con la actividad comercial del afiliado

y posibles afiliados, de esta manera tanto las actividades realizadas y el contenido de las mismas serán clasificados.

Esto le permitirá a la Cámara una mayor participación de los afiliados dentro de las actividades ya que los temas son de su interés y por otro lado la promoción de estas actividades sectoriales tendrá un perfil más concreto.

Por otra parte, se deben buscar alianzas o promover actividades que involucren la participación de nuevas empresas y de esta manera dar a conocer la Cámara y los servicios que esta presta.

3.2 Importancia, limitaciones y alcances del trabajo de prácticas profesionales

3.2.1 Importancias

1. La importancia de sectorizar las actividades radica en la necesidad de definir el perfil del empresario al que se quiere llegar
2. Estructurar con claridad los servicios que se prestan
3. Incrementar las afiliaciones mediante las actividades propuestas
4. Acrecentar la conexión con los afiliados y de esta manera conservar y fortalecer su afiliación

3.2.2 Limitaciones

1. Una gran limitación para llevar a cabo este plan de mejora es no contar con la información suficiente o no disponer de moderadores o conferencistas relacionados con cada sector
2. No contar un mínimo de empresas para llevar a cabo las actividades sectorizadas
3. La aprobación por parte de la Junta Directiva de la Cámara y que la propuesta no sea acogida favorablemente
4. La realización de las actividades requiere de presupuesto y tiempo, los cuales pueden no ser los suficientes para ejercerlas

3.2.3 Alcances

1. Lograr incrementar la base de datos de contactos
2. Incrementar el número de afiliaciones
3. Esclarecer de manera sencilla los servicios prestados
4. Visibilizar la cámara en el mercado mediante la activa participación en las actividades

3.3 Objetivo general del Informe de Prácticas Profesionales

Reestructurar el enfoque de las actividades realizadas por la cámara, de tal manera que se pueda concretar un público específico a quien van dirigidas las actividades.

3.3.1 Objetivos Específicos

1. Reconocer con mayor precisión las necesidades de nuestros afiliados y posibles afiliados
2. Definir los sectores influyentes dentro del mercado colombiano y japones
3. Determinar la estrategia que se llevará a cabo para incrementar el número de afiliados

4. Contenido Plan De Mejora

4.1 Propuesta De Mejora

Uno de los grandes desafíos de la Cámara es concretar actividades de interés tanto para sus afiliados, como para la búsqueda de los mismos, ya que sus servicios y objetivos frente a las actividades no son claros, esto conlleva que los afiliados no demuestren interés en la participación de algunas de ellas y se limiten a solo asistir al evento.

Como afiliado buscan en la Cámara una red de contactos de empresas con las que puedan hacer negocios, así mismo, contactos con las entidades japonesas para ser más eficaces en los procesos de exportación, estas conexiones se dan gracias a las actividades realizadas por la Cámara ya que permiten la interacción y conocimiento entre empresas.

Siendo las actividades el motor principal del funcionamiento de la Cámara, es allí donde se debe enfocar la cámara, en hacer actividades que sean de interés y que motiven a los afiliados a participar y a otras empresas a afiliarse.

Es por ello que el plan de mejora que quiero proponer es la realización de un portafolio de actividades sectoriales que permita mayor interacción entre empresas relacionadas en el mismo ámbito, sin embargo, para proponer dichas actividades es necesario conocer el mercado de ambos países y de esta manera conocer los sectores económicos a los que debemos llegar.

En temas de inversión según datos revelados por ProColombia indican que Japón es el principal emisor de Inversión Extranjera de Asia-Pacífico hacia Colombia, el cual ha centrado sus inversiones en los sectores automotriz, manufacturas y comercio, al tiempo que tienen un especial interés en invertir en proyectos de infraestructura y tecnología.

Aunque la inversión extranjera directa ha disminuido un 36% en todo Latinoamérica y el caribe, Colombia obtuvo una disminución del 29,8 % por parte de Japón, sin embargo, el país asiático insiste en ampliar su red de inversiones en Colombia para el presente año.

En cuanto a comercio, tal como se evidencia en la figura 2 Colombia exportó a Japón en el último año el 52% del total de las exportaciones hacen parte del sector cafetero, seguido del sector floricultor con el 26%, sin embargo, si observamos y comparamos la figura 3 y la figura 4 son muchas más las oportunidades de negocio que Colombia podría explotar; al explorar mucho más el sector agrícola, el sector industrial, el sector químico, el sector textil, entre otros.

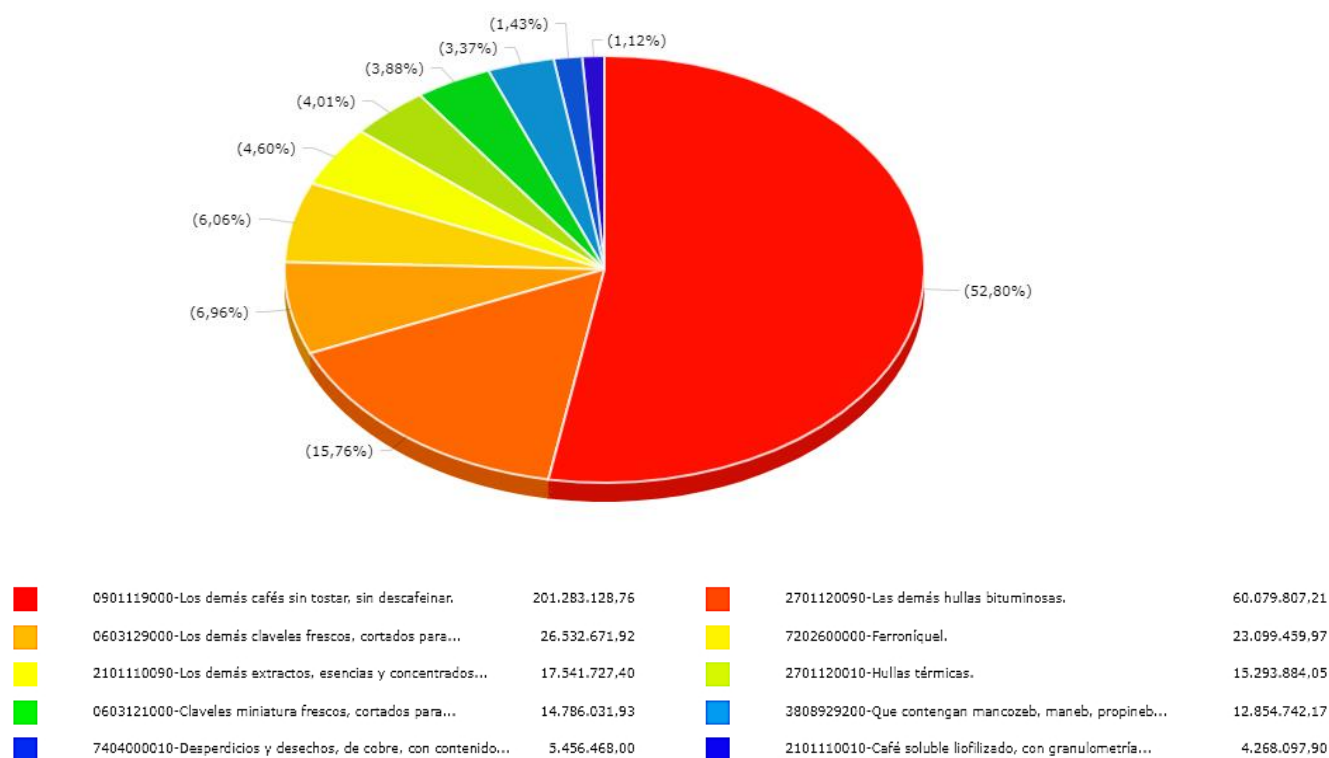
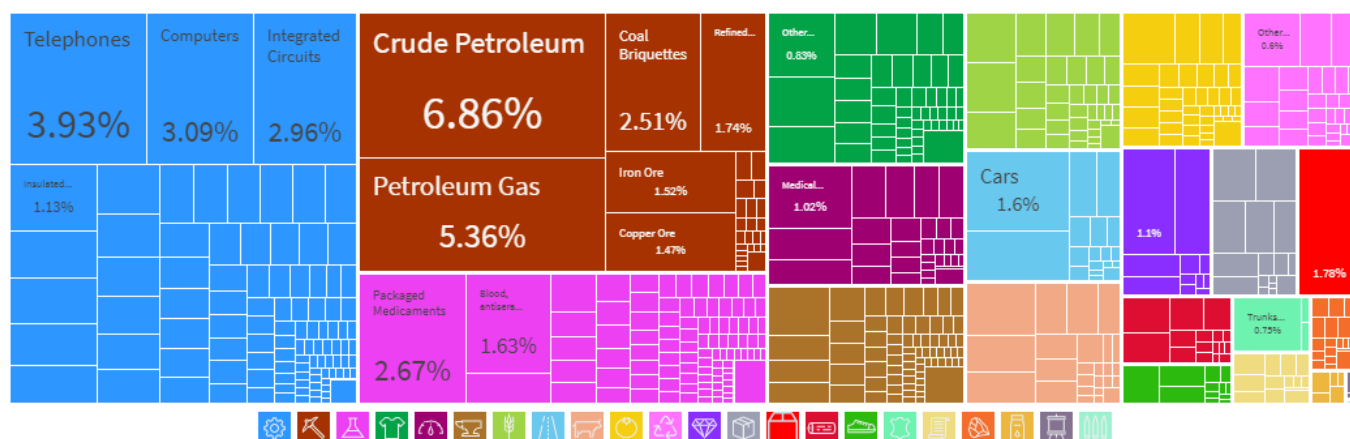
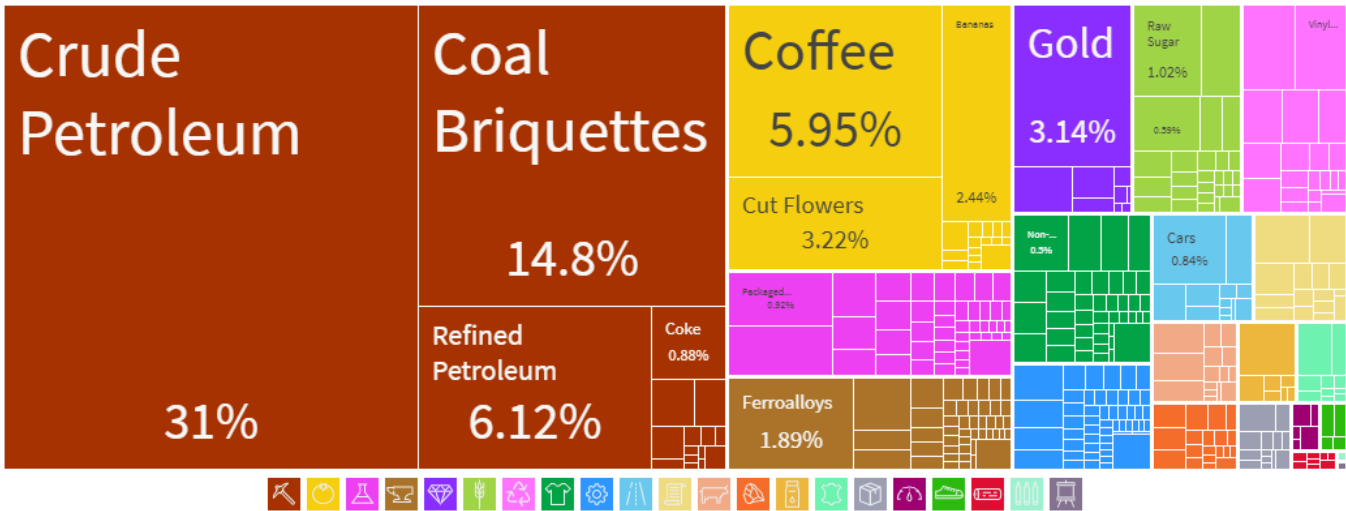
Figura 2*Exportaciones de Colombia hacia Japón año 2020**Nota: Tomado de Exportaciones de Colombia hacia Japón 2020, por LegisComex, s.f.***Figura 3***Importaciones de Japón año 2020**Nota: Tomado de Importaciones de Japón año 2020, por OEC.WORLD, s.f.*

Figura 4

Exportaciones de Colombia año 2020



Nota: Tomado de Exportaciones de Colombia año 2020, por OEC.WORLD, s.f.

Actualmente la cámara cuenta con la afiliación de 56 empresas de las cuales estan divididas en los siguientes sectores:

Figura 5

Compañías afiliadas a diciembre 31 de 2020

AUTOMOTRIZ	9
BIENES DE CONSUMO	1
CAFÉ	6
COMERCIALIZADORA	6
CONSULTORIA	1
COOPERACIÓN INTERNACIONAL	2
EDUCATIVO	4
ELÉCTRICO	2
EXPORTACIONES	1
FABRICACION Y COMERCIALIZACION	1
FARMACÉUTICO	2
FINANCIERO	4
HOTELERÍA Y TURISMO	1
INDUSTRIAL	1
INFORMATICA Y ELECTRONICA	1
INGENIERÍA Y CONSULTORÍA	1
METALMECÁNICA	1
INVERSIONES	1
MINERÍA Y CONSTRUCCIÓN	1
RESTAURANTES	1
SERVICIOS LEGALES	5
TECNOLOGÍA	1
TELECOMUNICACIONES	1
TRANSPORTE MARÍTIMO	2
TOTAL, EMPRESAS AFILIADAS	56

Nota: O. Romero, Comunicación personal, junio 2021

Al identificar estas oportunidades y observar los sectores en los que ya tiene presencia Colombia en el mercado japonés, la Cámara puede desarrollar actividades relacionadas a estos sectores e identificar las necesidades o el contenido que desean encontrar dentro de las mismas, algunas de las actividades que propongo son las siguientes:

1. Cuales son los requisitos para exportar productos agricolas a Japón
2. Exportación de servicios a Japón
3. Nuevas tecnologias y tendencias en el sector automotriz en Japón
4. Oportunidades educativas y laborales en Japón
5. Como prodria beneficiar la firma del EPA a su empresa

Para poder llevar a cabo dichas actividades es necesario disponer de bases de datos que contengan información de las empresas o personas que puedan estar interesadas en asistir, la cámara ya cuenta con algunas bases de datos de los eventos anteriores, las cuales nos pueden brindar dicha información tal como se muestra en la Figura 6.

Figura 6

Base de datos, asistentes a la reunión con Caludia López 26/01/2021

Reunión con (Meeting with) Claudia López: 26/01/2021 10:00 am (respuestas)

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Formulario Complementos Ayuda

A1	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Marca temporal	Dirección de correo elect	Nombre (Name)	Apellido (Last Name)	e-mail	Empresa (Company)	Cargo (Position)	Ciudad (City)
2	21/01/2021 7:05:51	josefranciscogilli@derco.co	José	Gilí	josefranciscogilli@derco.co	Derco	Gerente General	Bogotá
3	21/01/2021 7:05:55	chinchillaordonezg@gmail.com	Gloria De Chinchilla	De Chinchilla	chinchillaordonezg@gmail.com	Independiente	Directora	Bogotá
4	21/01/2021 7:19:07	martha.alzate@nklac.co	Marta Alzate	Alzate	Martha.alzate@nklac.co	Nippon Koei LAC	Gerente General	Medellín
5	21/01/2021 7:39:26	fernando.sanchez@bluei.net	Fernando	Sánchez Paredes	fernando.sanchez@bluei.net	Blue Doors Collection Hotel	CEO	Bogotá
6	21/01/2021 8:02:29	juan.reyes@sumitomoco.com	Juan Pablo Reyes	Reyes	juan.reyes@sumitomoco.com	Sumitomo Corporation	Gerente de Infraestructura	Bogotá
7	21/01/2021 8:04:21	david.chacon@repremud.com	David Chacon	Chacon	david.chacon@repremud.com	Margot Cargo	Director Desarrollo de Negocio	Bogotá
8	21/01/2021 8:17:34	cbarrera@mazda.co	CARLOS BARRERO	BARRERO	cbarrera@mazda.co	MAZDA DE COLOMBIA	HEAD OF LEGAL AND COMPLIANCE	Bogotá
9	21/01/2021 8:19:32	diana.sanchez@melcol.com	Diana Sánchez	Sánchez	diana.sanchez@melcol.com	Mitsubishi Electric de Colombia	Marketing	Bogotá
10	21/01/2021 8:22:13	ssuarez@investinbogota.com	Stefany Suárez	Suárez	ssuarez@investinbogota.com	Invest in Bogota	Oficial de Inversión	Bogotá
11	21/01/2021 8:23:27	paola.florez@melcol.com	Paola Flórez	Flórez	paola.florez@melcol.com	Mitsubishi Electric de Colombia	Jefe Comunicaciones y Relaciones Públicas	Bogotá
12	21/01/2021 8:28:05	enrique.bayer@unisabar.com	Enrique Bayer	Bayer	enrique.bayer@unisabar.com	Universidad de la Sabana	Presidente asociación de estudiantes	Bogotá
13	21/01/2021 8:29:26	derly.torres@hitachi-pow.com	Derly Torres	Torres	derly.torres@hitachi-pow.com	Hitachi Power Grids	Marketing	Bogotá
14	21/01/2021 8:30:10	javier.ruiz@hitachi-power.com	Javier Ruiz	Ruiz	javier.ruiz@hitachi-power.com	Hitachi Power Grids	Head of Marketing & Sales	Bogotá
15	21/01/2021 8:37:33	paulisva@hotmail.com	Paula Vasquez	Vasquez	paulisva@hotmail.com	Marubeni	Staff División de Acero	Bogotá
16	21/01/2021 8:40:41	pinversion1@procolombi.com	Carlos Eduardo Herrera	Herrera	pinversion1@procolombi.com	ProColombia	Práctica Inversión Asia	Bogotá
17	21/01/2021 8:53:13	cnavarro@bu.com.co	CLAUDIA NAVARRO	NAVARRO	cnavarro@bu.com.co	BRIGARD Y URRUTIA ASOCIADOS	SOCIA - GERENTE GENERAL	BOGOTÁ
18	21/01/2021 9:00:56	mrgomez@col-law.com	Maria del Rosario Gomez Jaramillo	Gomez Jaramillo	mrgomez@col-law.com	Duarte Garcia Abogados	Socia - Gerente General	Bogotá D.C.
19	21/01/2021 9:01:15	cvergara@bu.com.co	Carlos Vergara	Vergara	cvergara@bu.com.co	Brigard Urrutia	Asociado	Bogotá
20	21/01/2021 9:09:31	G.GOMEZ@MITSUI.CO	GINA GOMEZ	GOMEZ	G.GOMEZ@MITSUI.CO	MITSUI & CO COLOMBIA	DIRECTORA	BOGOTA

Nota: Base de datos, asistentes a la reunión con Caludia López, O. Romero, Comunicación personal, 26 de enero 2021

Por otro lado, para incentivar a otras empresas a participar de los eventos y motivarlos a exportar a Japón, para que posteriormente conozcan y logren afiliarse a la cámara; los diferentes ministerios poseen bases de datos relacionados con su actividad comercial, tal como lo podemos ver en la Figura 7, donde se muestra algunas de la empresas de la base de datos de MinAgricultura referente a empresas de la industria ornamental, esta base de datos nos sirve como apoyo para extender nuestra invitación a participar de nuestras actividades.

Figura 7

Base de datos permisionarios ornamentales

 PERMISOS DE ORNAMENTALES VIGENTES FUENTE: AUNAP - DTAE						
CIUDAD	REGIONAL	CLASE DE PERMISO	PERMISIONARIO	DIRECCION	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO
TUNJA-BOYACA	BOGOTA	ORNAMENTAL	ARCADIO AVELLO MONROV/ARQUILAND	CRA 9 # 17-36	3123111021	CALLOBELLO@HOTMAIL.COM
BOGOTA	BOGOTA	ORNAMENTAL - EXPORTADOR	AMAZON WORLD FISH SAS	CARRERA 105H # 67G - 17 BOGOTA DC	4794964 3103457450	sales@amazonworldcol.com
BOGOTA	BOGOTA	ORNAMENTAL ACUARISTA	ARTESANIAS Y VIVERO EL ROSAL SAS	CALLE 27 3 OESTE 52 Via Rio Frio municipio de tulua valle	3156124341	gerencia@viveroelrosal.com
BOGOTA	BOGOTA	ORNAMENTAL EXPORTADOR	NELSY JOHANNA MARTINEZ ROMERO	CALLE 103 # 70 - 61 Local 2 Bogota	3192352860	nelymartinez@gmail.com
BOGOTA	BOGOTA	ORNAMENTAL-OCUPADOR	DELMA YANETH YACUMA ROMERO	CALLE 83 No 94-08 BARRIO QUIRIGUA	3208519344	kmiloquintero@live.com
BOGOTA	BOGOTA	ORNAMENTAL EXPORTADOR	EXPOBUSINESS SAS	CALLE 3 A # 19 - 63 Sur Barrio San Antonio - Bogota	3103458960	gerencia@ciegobusiness.com
BOGOTA	BOGOTA	ORNAMENTAL - EXPORTADOR	OLGA YESMID GARCIA FLORIDO	CALLE 69C No. 112 - 40	3214704020 3112972587	mpanduro@yahoo.com
BOGOTA	BOGOTA	ORNAMENTAL ACUARISTA	SANTIAGO MORA GARZON	CARRERA 15 # 51 - 42 Bogota	3002090396	sanmongar@yahoo.com
BOGOTA D.C.	BOGOTA	ORNAMENTAL	I A FISH S.A.S	CALLE 100A # 63-54	3124058220	CLODOPISH@GMAIL.COM
BOGOTA D.C.	BOGOTA	ORNAMENTAL	ABEL ZEIA BARRERA/ACUARIO NORTE	CLL 19 No 96 C-21	2-673357	ACUARIONORTE@ETB.NET.CO
BOGOTA D.C.	BOGOTA	ORNAMENTAL	ABISALON BUENO/ACUAZAFIRO	CR 106 A No 64F-32 ENGATIVA	4655445 3114404146	GATOZAFIROBUENA@HOTMAIL.COM
BOGOTA D.C.	BOGOTA	ORNAMENTAL	AQUARIUM MARKET S.A.S	CLL 67 B BIS A No 111-36 PL 1-BOGOTA	NO REPORTA	JOSEMDORIA@GMAIL.COM
BOGOTA D.C.	BOGOTA	ORNAMENTAL	ASTRID LILIAN ROJAS MORENO/JURUPARI RIVER AQUARIUM	CRA 104 # 67C-21	4353320	JURUPARI RIVER AQUARIUM@HOTMAIL.COM
BOGOTA D.C.	BOGOTA	ORNAMENTAL	BEST AMAZON EXPORT FISH C/ ALTUM FISH LTDA (Antigua)	CR 76 No 65A-69	5470939 3105434829	INFO@AMAZONEXPORTFISH.COM
BOGOTA D.C.	BOGOTA	ORNAMENTAL	BLANCA LIBRA MORENO PARRA/IB PECES TROPICALES	CRA 104 # 67C-15	4418419	IBPECESTROPICALES@HOTMAIL.COM
BOGOTA D.C.	BOGOTA	ORNAMENTAL	C/ COLOMBIA RIVER FISH E.U ahora COLOMBIA RIVER FISH SAS	CALLE 25C BIS A #102-19	3138534941	COLOMBIA RIVER FISH@HOTMAIL.COM
BOGOTA D.C.	BOGOTA	ORNAMENTAL	C/ ACUATICS LIMITADA -ACUATICS LTDA O C/ AVEH LTDA (antigua) ACUATICS LTDA (Nueva)	CALLE 67 D # 105-22	4338392	ACUATICS@ACUATICS.COM
BOGOTA D.C.	BOGOTA	ORNAMENTAL	EXPORT QUALITY FISH LTDA	cra 106 a # 61 a - 07 CRA 71 C #60-47	4355080 4412516	EXPORTQUALITY1@HOTMAIL.COM

Nota: Tomado de Permisos de ornamentales vigentes, por UANAP – MinAgricultura, s.f.

Lo anterior puede incrementar la red de contactos, sin embargo, no hay que dejar de lado la promoción que pueda realizarse por lo diferentes medio de comunicación que posee la cámara como lo son su redes sociales, pagina web e emails de difusión.

4. Conclusiones

- Mediante la sectorización de las actividades se permitió identificar el público al que queremos llegar, ya que es posible enfocarse en establecer contenido de interés para ese tipo de empresarios.

2. Una vez identificados los sectores se pudo determinar que los afiliados requieren información precisa acerca de la finalidad de sus negocios, de esta manera contar con las herramientas necesarias para llevar su productos y servicios a Japón
3. El mercado japonés es complejo lo cual puede ser un determinante para la poca presencia que tiene Colombia en el mismo, sin embargo, hay sectores en lo que Colombia puede lograr un gran potencial, tales como el agrícola, el cual Colombia tiene una gran ventaja competitiva en frutas exóticas y hortalizas frescas y procesadas; el sector cárnico, como los son las aves, bovinos y cerdos; el sector de confecciones, el sector químico, los cuales pueden ser los fungicidas, pesticidas, entre otros y por ultimo y quizá uno de los más importantes para Japón teniendo en cuenta el grafico de sus importaciones, son los equipos y aparatos, que aunque Colombia no es un pionero tecnológico posee grandes capacidades para poder aprovechar esta oportunidad de mercado
4. Para poder incrementar el número de afiliados se concluyó que es necesarios prestar servicios claros y especializados de tal manera que las empresas encuentren en la cámara un portal que los ayude a empezar su proceso de internacionalización hacia Japón o maximizar esos procesos para quienes ya tienen presencia en dicho país, así mismo encuentren un canal de información e interacción entre empresas lo cual se puede lograr mediante las actividades

6. Referencias

Cámara Colombo Japonesa De Comercio E Industria. (s.f.). *Aspectos generales*

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

Cámara Colombo Japonesa De Comercio E Industria. (s.f.). *Servicios*

<https://www.camaracolombojaponesa.org/servicios>

Procolombia (2019).

Colombia es un mercado clave para hacer negocios con Japón

<https://procolombia.co/noticias/colombia-es-un-mercado-clave-para-hacer-negocios-con-japon>

Banco De La República (2021).

Informe Inversión Extranjera Directa en Colombia (país de origen).

<https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/inversion-directa>

Procolombia (2020).

El 76 por ciento de los empresarios japoneses instalados quiere ampliar sus operaciones en Colombia

<https://procolombia.co/noticias/el-76-por-ciento-de-los-empresarios-japoneses-instalados-quiere-ampliar-sus-operaciones-en-colombia>

Juan Manuel Ramírez M. (s.f.) *EPA Colombia*, Portafolio

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

7. Anexos



Anexo 1: Parte del inicio de la página web



Anexo 2: Post Instagram Seminario virtual

8. Seguimiento práctica profesional

8.1 Programación de actividades realizadas en la organización

1. Mejoramiento de la página web
2. Generar contenido en redes sociales y pagina web
3. Establecer estrategias de posicionamiento en redes
4. Estar a la vanguardia en temas de comercio exterior entre Colombia y Japón para generar informes
5. Ayudar en temas logísticos y coordinar los eventos que van a realizarse

8.2 Cumplimiento de objetivos trazados por mes

Ciclo 1: Enero – Febrero

Actividades

- Introducción a las tareas a realizar
- El 26 de enero se tuvo una conferencia con la Dra. Claudia López, alcaldesa de Bogotá, quien explico el Plan de Desarrollo de la Ciudad, en búsqueda de inversionistas japoneses, a partir de allí se tuvo que hacer un informe con el resumen de la misma
- Desde el 27 de enero hasta el 25 de febrero se estuvo trabajando en la Feria Empresarial en colaboración con el Centro del Japón, donde elaboramos los posters promocionales de redes sociales y pagina web, por otro lado, también se coordinó la parte logística del evento
- Durante el mes de febrero también se estuvo elaborando la base de datos de las empresas que exportaron a Japón en el periodo 2019 y 2020 y organizar dicha información
- A finales de febrero se empezó a realizar la actualización del estado de las negociaciones del EPA

Dificultades

- Durante el desarrollo de la Feria Empresarial se tuvieron varios percances debido a problemas técnicos de la plataforma donde se organizó

Ciclo 2: Marzo

Actividades

- Dar continuidad a la actualización del EPA con el fin de desarrollar un video didáctico para presentar el 26 de marzo en la Asamblea General Ordinaria de la Cámara Colombo Japonesa de Comercio e Industria
- Coordinar la parte logística y junto con otra practicante servimos de maestras de ceremonia durante toda la asamblea
- Elaboración del acta de la Asamblea la cual se presentó ante la DIAN para tramitar a régimen especial para no hacer declaración de renta por ser una organización sin ánimo de lucro

Dificultades

- Aunque en general la Asamblea salió como se espera, el desarrollo del material fue tedioso

Ciclo 3: Abril

Actividades

- Participar como asistente de la Cámara al Bizmatch empresarial, un evento realizado por ProBarranquilla, donde asesorábamos empresas para exportar a Japón
- A partir de la base de datos de las empresas que exporta a Japón se empezaron a contactar vía correo electrónico o teléfono para hacerles la invitación al seminario que se va a realizar en el mes de junio
- Debatir con los otros practicantes la estrategia a seguir para crecer en redes sociales

Dificultades

- Muchas de las empresas de la base datos no contestaban o tenían datos erróneos, por lo cual no se pudieron contactar

Ciclo 4: Mayo – Junio

Actividades

- Coordinar y servir como ponente en el seminario virtual “Cómo exportar a Japón” que se realizó en colaboración con la Universidad Santo Tomás
- Coordinar la parte logística de la Asamblea General de final de semestre

Dificultades

- Dadas las condiciones en las que travesaba el país se optó por no cobrar el seminario, el cual en un inicio tendría un costo por la certificación

Nota: Durante toda la practica desarrolle la actualización de la página web y el contenido de las redes sociales, principalmente Instagram.