

PLAN DE MEJORA ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA
COLOMBO CHILENA

ERIKA YURANI AGUDELO YARA

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
BOGOTÁ D.C
2023

PLAN DE MEJORA ESTRATÉGICO CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA
COLOMBO CHILENA

PRESENTADO POR:

ERIKA YURANI AGUDELO YARA

CÓDIGO: 2249327

DIRIGIDO POR:

JORGE ELIECER GAITÁN MÉNDEZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTÁ D.C

2023

Resumen

En el presente documento, se presenta una posible solución a la cámara colombo chilena, donde el área comercial tiene varias tareas a realizar, pero se puede observar que una fundamental es la de programar reuniones comerciales. En algunos casos esta tarea fracasa ya que este proceso es demorado debido a que a veces el afiliado no puede tomar algunas reuniones o la confirmación de la misma es demorada. Por lo mencionado anteriormente se debe implementar un cambio donde los practicantes tengan participación en la primera reunión ya que esta primera reunión es la explicación de servicios de la empresa afiliada ya si la empresa prospecto está interesada se pasa a realizar una segunda reunión con los encargados de la empresa afiliada, cual este ayudaría a la optimización de procesos con beneficios a los practicantes y para las empresas afiliadas a la cámara.

Agradecimientos

Gracias a Dios y a mi familia por el apoyo que me han brindado y por permitirme llegar a esta etapa de formación profesional y cumplir mis sueños, por ser el motor para vivir siempre motivada y porque creyeron en mí y me dieron la oportunidad de tener una excelente educación y valores en el transcurso de mi vida.

A la Universidad Santo Tomás agradezco por darme la oportunidad de ser tomasina de esta prestigiosa institución y adicional me encuentro agradecida con los docentes que me enseñaron sus conocimientos y confiaron plenamente en mí.

Introducción

La Cámara de Comercio Colombo Chilena es una entidad gremial que promueve, fomenta y fortalece las relaciones comerciales y de inversión entre las empresas tanto chilenas como colombianas. Además, cuenta con más de 12 años de experiencia y trayectoria a nivel empresarial. Entre sus filas han optado por hacer parte de su equipo de trabajo a practicantes de las diferentes universidades del país. Cada seis meses llegan nuevos pasantes para comenzar a ejecutar planes de trabajo con las empresas afiliadas.

El practicante del área comercial es el encargado de promover las relaciones comerciales entre las empresas afiliadas y prospectos. El proceso básicamente consiste en elegir una empresa en el mercado, verificar si se encuentra afiliada a la cámara de comercio colombo chilena y luego coordinar encuentros con otras empresas prospectos, las cuales estarían interesadas en los planes y servicios comerciales que brindan.

La primera reunión oficial entre los encargados de las empresas afiliadas y las empresas prospecto que se encuentren interesadas en realizar algún tipo de negociación comercial, se ejerce por intermediación del practicante quien es el responsable de concretar el contacto entre las empresas afiliadas y las empresas prospecto para presentar formalmente el portafolio de servicios y así puedan tomar una decisión de cual servicio se acomoda a sus requerimientos. El pasante previamente también ha desarrollado un estudio previo que lo conduzca a conocer más información de los servicios que ofrecen las empresas afiliadas y las empresas prospecto. El pasante cumple con el deber de llevar a cabo la gestión para programar la primera reunión, en la cual hace presencia sin tener mayor injerencia en el desarrollo de la misma, su único propósito será presentarlos y continuar con el seguimiento de los posibles acuerdos y trazar un plan de trabajo de las negociaciones para cumplir los objetivos.

Como practicante del área comercial de la cámara de comercio e industria colombo chilena se desarrollaron varias funciones en cumplimiento de los deberes laborales, siendo la principal, la coordinación de la primera reunión entre dos partes

negociadoras que corresponden a las empresas afiliadas a la cámara y empresas prospecto. En el proceso de ejecución de esta función se evidencian algunas limitaciones en el transcurso del ejercicio de dicha tarea, por ello teniendo en cuenta los aspectos generales de la entidad, se realiza un análisis diagnóstico de amenazas, debilidades, fortalezas y oportunidades que posee el área comercial de la cámara de comercio colombo chilena que permitan proponer un plan de mejora estratégico que proporcione soluciones a las problemáticas registradas.

Índice

Resumen	3
Agradecimientos	4
Introducción	5
Índice	7
1. La Empresa	10
1.1 Aspectos Generales	10
1.1.1 Misión, Visión y Valores	10
1.1.2 Ubicación Geográfica	11
1.1.3 Estructura Organizativa	11
1.1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica	11
1.1.4.1 Análisis DOFA	12
2. Planteamiento de Plan de Mejora Respecto a las Prácticas Profesionales	14
2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales	14
2.2 Importancia, limitaciones y alcances del trabajo de prácticas profesionales.	14
Limitaciones	15
Alcance	15
2.3 Objetivo General	16
2.3.1 Objetivos específicos	16
3. Plan de Mejora	17
3.1 Propuesta de Mejora.	17
3.2 Conclusiones.	21
3.3 Bibliografía	22
4. Seguimiento Práctica profesional	22

4.1 Programación de actividades realizadas en la organización, de acuerdo a sus prácticas profesionales.	22
4.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes	24
4.1.1.2. Ciclo 2	24
4.1.1.3. Ciclo 3	25
4.1.1.4. Ciclo 4	26

Tabla de Figuras

Figura 1 Organigrama de la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena	11
Figura 2 Diagrama de flujo proceso de reuniones comerciales en la cámara de comercio e industria Colombo Chilena	17
Figura 3 Diagrama de flujo plan de mejora para el proceso de primera reunión entre empresa afiliada y empresa prospecto	20

1. La Empresa

1.1 Aspectos Generales

La cámara de comercio e industria colombo chilena cuenta con más de 13 años de trayectoria en la asistencia del comercio bilateral siendo una entidad gremial, sin ánimo de lucro con fines primordiales de promover y fortalecer las relaciones comerciales y las inversiones entre un número de empresas tanto chilenas como colombianas asociadas a la cámara. Esta organización cuenta con diferentes servicios como agendas de reuniones, servicio Orusdata, Servicio KAM, programa Soft Landing, entre otros. Pero una de las más destacadas son las misiones empresariales, pues esta actividad se lleva a cabo mediante un estudio anticipado en conjunto con las empresas interesadas a relacionarse y otras con el objetivo de conocer otros mercados.

1.1.1 Misión, Visión y Valores

Misión

Potencializamos el desarrollo social y económico de Colombia y Chile a través de una alianza empresarial innovadora de comercio e inversión. (Cámara de comercio e industria Colombo Chilena, 2022).

Visión

Queremos ser la Cámara binacional referente y admirada en la región, por agregar valor e impulsar la dinámica del mercado mediante la innovación. (Cámara de comercio e industria Colombo Chilena, 2022).

Valores

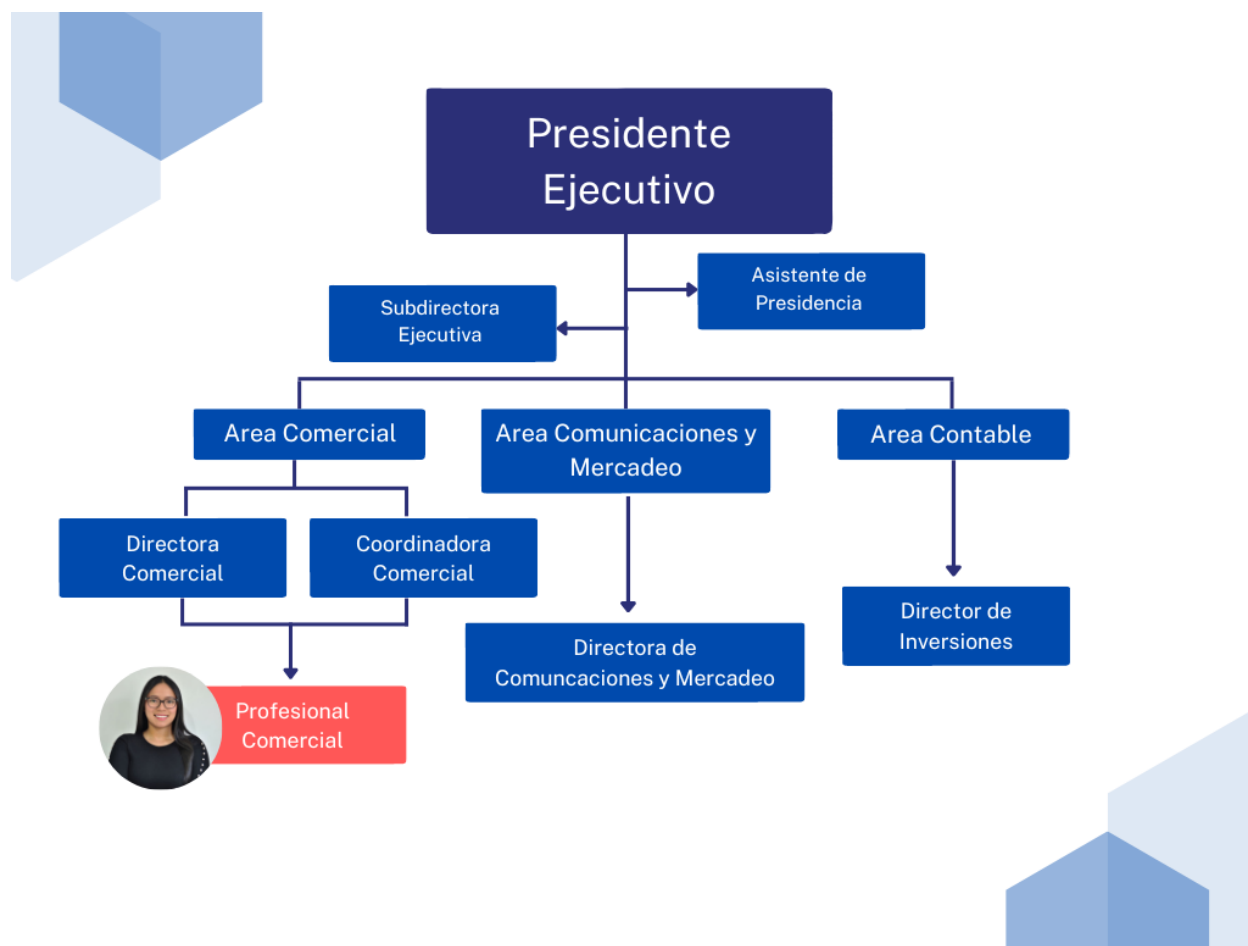
- Compromiso
- Responsabilidad
- Respeto
- Superación
- Gratitud

1.1.2 Ubicación Geográfica

La Cámara de comercio e industria colombo chilena, está ubicada en la ciudad de Bogotá, Colombia en la avenida calle 100 No. 8 A - 55 Torre C.

1.1.3 Estructura Organizativa

Figura 1 Organigrama de la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena



Nota: Elaboración propia con base en datos suministrados por la jefe del área comercial de la cámara de comercio e industria Colombo Chilena sede Bogotá (Agudelo Erika, 2022)

1.1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica

Las pasantías se llevaron a cabo en el área comercial de la Cámara Colombo Chilena, en la cual se desarrollaron las siguientes funciones:

- Brindar soporte al área comercial en coordinación de agendas de reuniones en Chile y Colombia.
- Realizar investigaciones comerciales y/o económicas, para la definición de servicio de bases de datos o agendas de negocios, y en general información requerida para fines empresariales y comerciales.
- Ofrecer soportes al área comercial en la coordinación y organización de misiones comerciales (reuniones)
- Prospección e investigación de la economía empresarial de Chile y Colombia.

1.1.4.1 Análisis DOFA

1.1.4.2.1 Fortalezas.

- Experiencia en la investigación y exploración de temas comerciales para el ingreso a los mercados chilenos y colombianos.
- Apoyo y cumplimiento en las misiones comerciales que se llevan a cabo entre los dos países.
- Alianzas estratégicas que benefician a las empresas afiliadas.

1.1.4.2.2 Oportunidades.

- Intereses en común entre empresas colombianas como chilenas
- Colombia y Chile pertenecen a la alianza del Pacífico lo que favorece el relacionamiento comercial entre estos países.
- Acuerdo de libre comercio entre Colombia y Chile que permiten dinamizar las operaciones comerciales.

1.1.4.2.3 Debilidades.

- Falta de personal en el área comercial de la cámara de comercio colombo chilena.
- Rotación del personal (practicantes) profesional del área comercial (cada 6 meses)
- Información escasa o incompleta de las empresas afiliadas y las empresas prospecto.

1.1.4.2.4 Amenazas.

- Tiempo de respuesta a la confirmación de programación de reunión por parte de las empresas afiliadas y las empresas prospecto.
- Cambios en las políticas de Gobierno de los dos países.
- Alteraciones en el comportamiento de los mercados por factores diversos.

2. Planteamiento de Plan de Mejora Respecto a las Prácticas Profesionales

2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales

En la etapa de desarrollo de las prácticas profesionales de negocios internacionales realizadas en el área comercial de la cámara de comercio e industria colombo chilena se evidenciaron algunas falencias que en ocasiones obstaculiza el avance de las actividades. Una de ellas es la programación de la primera reunión y encuentro entre las empresas afiliadas a la cámara y las empresas prospecto, donde se efectúa la presentación del portafolio de servicios y se determina un posible segundo encuentro que lleve al establecimiento de una relación comercial entre las compañías, pero este proceso, aunque parece muy sencillo es difícil de llevarse a cabo con prontitud por la dificultad de poder disponer del mismo tiempo entre las partes para coordinar un encuentro. La falta de personal en el área comercial también impide la gestión de las misiones comerciales, incluyendo la rotación de los practicantes, ya que estos factores detienen los planes de trabajo que se venían desarrollando entre empresas afiliadas y empresas prospecto dejando labores inconclusas. Teniendo en cuenta la información anterior, se plantea como estrategia diseñar un plan de mejora que solucione la problemática que posibilite el progreso del establecimiento de las relaciones comerciales entre las empresas afiliadas a la cámara comercio e industria colombo chilena con las empresas prospecto.

2.2 Importancia, limitaciones y alcances del trabajo de prácticas profesionales.

La práctica profesional de negocios internacionales se producen en el área comercial de la cámara de comercio e industria colombo chilena, desempeñando funciones de soporte, coordinando agenda de reuniones entre empresas de Chile y Colombia, realizando investigaciones comerciales y/o económicas de fin empresarial y brindando apoyo en la coordinación y organización de misiones comerciales.

La principal actividad que ejerce el practicante es gestionar relaciones comerciales entre las empresas afiliadas a la cámara de comercio y las empresas prospecto para poder agendar un encuentro entre las partes interesadas que produzca una presentación formal del portafolio de servicios de cada empresa.

Importancia

La importancia de las prácticas profesionales se sustenta en que como practicante a través de un contrato laboral pueda desarrollar los conocimientos y habilidades adquiridas durante el periodo de estudio en la universidad, siendo un complemento para la parte académica. Además, también de ser un instrumento de apoyo para la empresa contratante con el fin de contribuir al cumplimiento de los objetivos y metas que la organización trace como plan de operación. De igual forma, es un trabajo muy importante para la realización como futuro profesional de negocios internacionales ya que permite conocer el entorno laboral, las tareas y funciones a las cuales se puede enfrentar a la hora de ocupar un cargo vocacional.

Limitaciones

Las limitaciones que se presentaron en las practicas profesionales se desarrollan en el cumplimiento de las funciones delegadas al practicante. Por ejemplo, en la toma de decisiones siempre se debe contar con la aprobación de otras partes. La estructura de los procesos que se llevan a cabo no se puede modificar sin una autorización o un plan previo. El contrato de trabajo como pasante tiene un tiempo limitado y no representa una clausula de continuidad solo si la organización así lo quisiera realizar.

Alcance

El alcance del trabajo específico efectuado en las prácticas profesionales en el área comercial de la cámara de comercio colombo chilena, se basó en el relacionamiento público e investigación de empresas que se encuentren interesadas en establecer convenios o relaciones comerciales. Sin embargo, para efectuar proyectos de negociaciones entre organizaciones, es necesario coordinar un primer encuentro entre las partes, pero este se ve limitado por la dilatación de la respuesta y confirmación de los representantes de las empresas afiliadas y las empresas prospecto para coordinar la programación de la reunión.

En cuanto al alcance visto desde la perspectiva de realizar practicas profesionales se manifiesta en la experiencia de llegar a tener una primera oportunidad de empleo o acceder a una mejor oportunidad laboral para poder escalar a nivel profesional, aumentando las probabilidades de crecimiento personal.

2.3 Objetivo General

Aumentar el establecimiento de relaciones comerciales entre empresas afiliadas de la cámara de comercio e industria colombo chilena y empresas prospecto diseñando un plan de mejoramiento estratégico para el área comercial de la entidad.

2.3.1 Objetivos específicos

- Permitir más participación por parte de los practicantes y así lograr optimizar el proceso de programación de la primera reunión entre las empresas afiliadas a la cámara y las empresas prospecto.

- Desarrollar un diagnóstico del área comercial para determinar las falencias que se presentan en el desarrollo de los procesos que ejecutan los profesionales comerciales.

- Proponer cambios en la estructura de los procesos del área comercial que no están arrojando los resultados esperados, a través de la delegación de funciones.

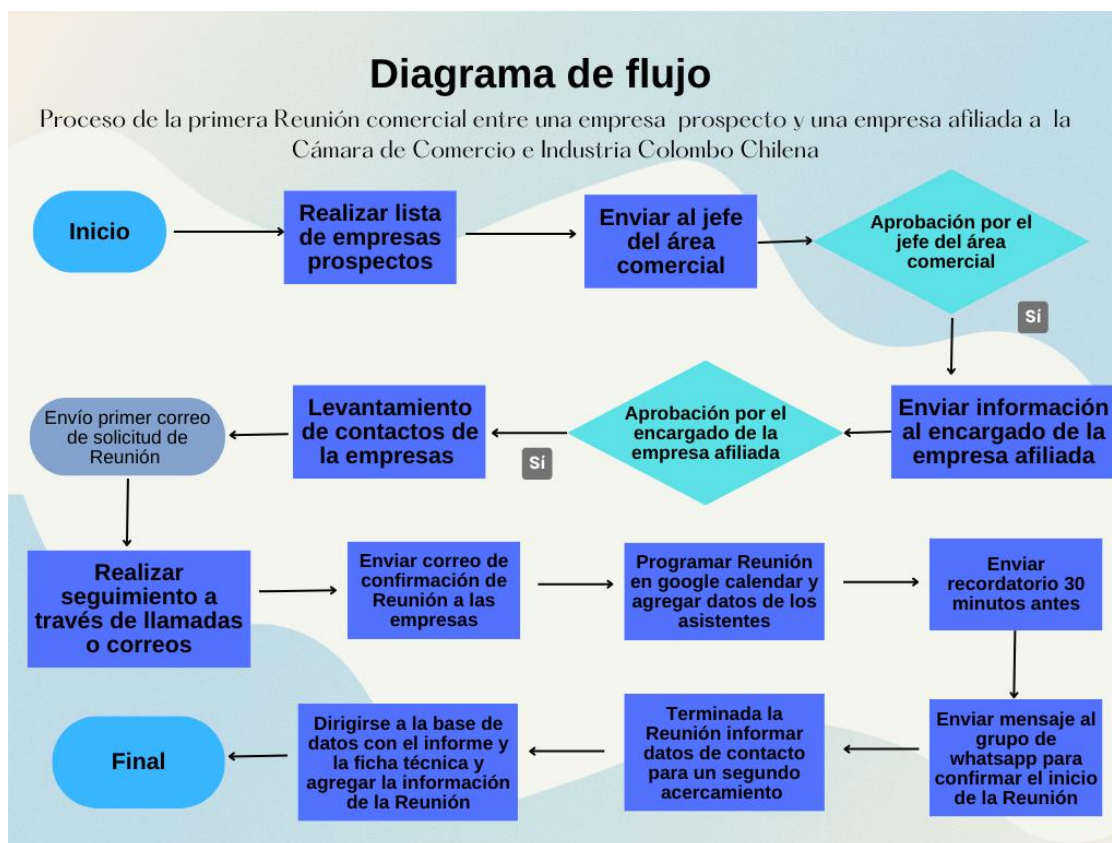
- Mejorar la experiencia de los clientes internos y externos en el proceso de la gestión de relaciones empresariales para dar continuidad con los planes de trabajo ya establecidos entre los afiliados y las empresas prospecto.

3. Plan de Mejora

3.1 Propuesta de Mejora.

La propuesta de mejora para el área comercial consiste en optimizar el proceso de programación de reuniones comerciales entre dos empresas; una empresa afiliada a la cámara de comercio e industria colombo chilena y una empresa prospecto. Este encuentro se lleva cabo de manera virtual, el cual en ocasiones fracasa debido a que alguna de las partes interesadas, por diversos motivos no accede a presentarse de forma oficial o simplemente la confirmación de la misma suele ser una fase lenta de desarrollarse. Los encargados de realizar la gestión de enlace y agendamiento de la primera reunión entre la empresa afiliada y la empresa prospecto son los practicantes, quienes no cuentan con una participación relevante en este encuentro, más allá de la coordinación y seguimiento de la misma. Cuando este enlace no es posible debido a la ausencia de alguno de los representantes de las empresas, en la base de datos se realiza una anotación que informe que es un asunto pendiente por contactar.

Figura 2 Diagrama de flujo proceso de reuniones comerciales en la cámara de comercio e industria Colombo Chilena



Nota: Elaboración propia basada en el proceso que como practicante del área comercial de la cámara de comercio e industria Colombo Chilena desarrollaba para enlazar una empresa afiliada y una empresa prospecto. (Agudelo Erika, 2023)

El plan de mejoramiento se basa en proponer cambios a nivel del área comercial que permitan a los practicantes llevar a cabo la primera reunión con la empresa afiliada y la empresa prospecto, de tal forma que se realice la presentación del portafolio de servicios sin requerir la presencia obligatoria de uno de los encargados de las empresas, con el fin de no aplazar o cancelar la reunión prevista por la ausencia del representante de una de las organizaciones. En este caso puede ser sustituido por el practicante para que por medio de sus facultades presente a la organización ante la otra empresa citada. Al terminar el meeting, el practicante debe informar al representante de la empresa que no asistió el resultado del encuentro.

El propósito de la propuesta de plan de mejoramiento para el área comercial de la cámara de comercio e industria Colombo chilena es ofrecer un mejor servicio de gestión comercial, disminuir los obstáculos y limitaciones que se generan en el establecimiento de un primer encuentro entre las empresas afiliadas a la cámara y las empresas prospecto, y de este modo aumentar el intercambio comercial entre las empresas chilenas y colombianas.

Al nivel empresarial este plan de mejora posibilitará que se generen más alianzas entre empresas afiliadas y empresas prospecto, y de más continuidad al trabajo de enlace hasta que se establezca una relación comercial sólida entre las partes. En cuanto aspectos organizacionales el alcance de la propuesta de mejora surgirá con cambios en la distribución de las funciones para dar flexibilidad y optimización a los procesos desarrollados dentro de la organización. Además, su implementación beneficiará la productividad del área comercial de la cámara de comercio e industria colombo chilena y aumentará el compromiso con la organización por parte de los practicantes al brindarles oportunidades de crecimiento.

La propuesta de mejora se caracteriza por:

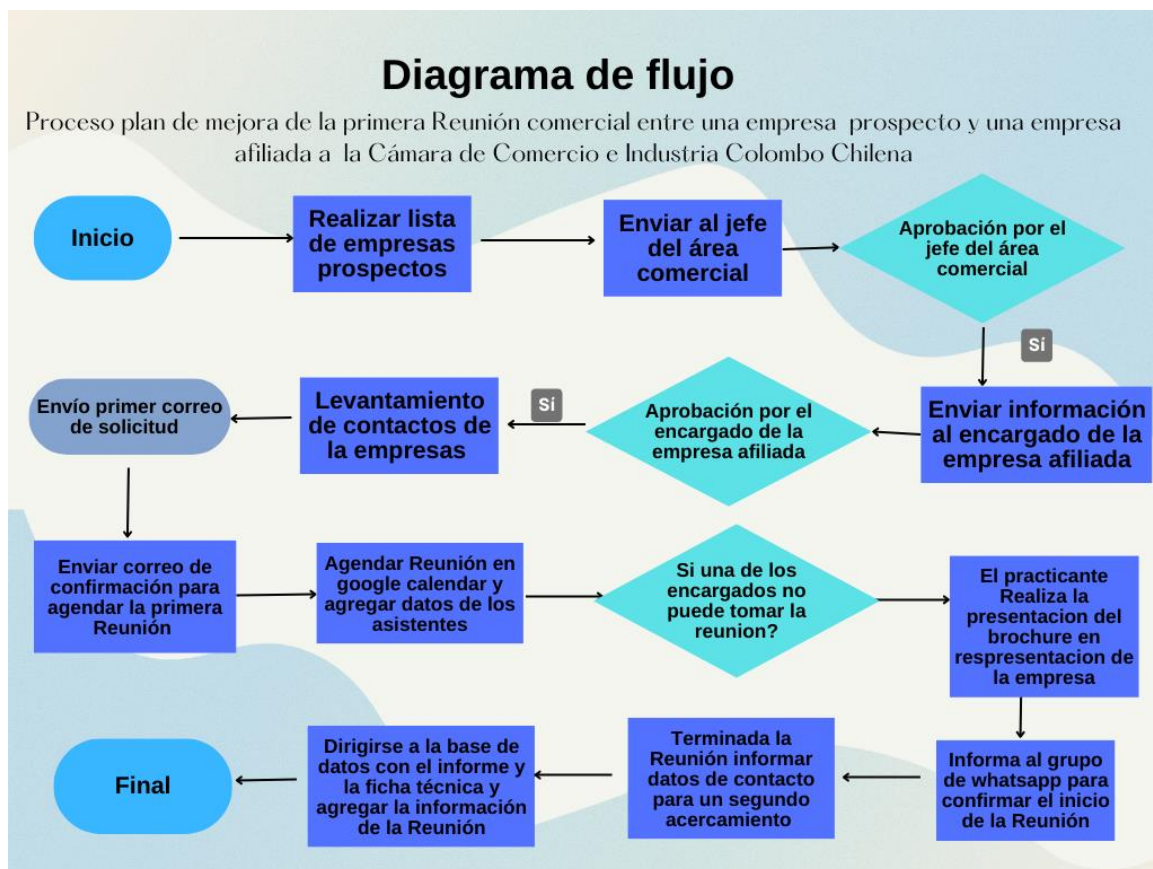
- Aportar flexibilidad al proceso de la programación de la primera reunión entre empresas afiliadas y empresas prospectos.
- Satisfacer las necesidades tanto de los clientes internos (practicantes) como a los clientes externos (empresas prospecto y empresas afiliadas).
- Aumentar los índices de productividad del área comercial de la cámara de comercio e industria colombo chilena.
- Mejorar las experiencias de los clientes.
- Dar continuidad a los procesos entre las empresas afiliadas a la cámara de comercio colombo chilena y las empresas prospecto.
- Promover el compromiso organizacional.
- Distribución de funciones que optimizan los procesos del área comercial.

La finalidad que pretende este plan de mejora es facultar a los practicantes del área comercial para que realicen la primera reunión entre la empresa prospecto y la empresa afiliada, y así, llevar a cabo la presentación formal del portafolio de servicios de cada organización sin la necesidad de la participación de alguna de las partes que por algún motivo no puede comparecer. Para ello, es preciso que se desarrolle una junta en la cámara de comercio e industria colombo chilena para evaluar la aprobación de delegar esta función a los practicantes del área comercial. También es pertinente tener el consentimiento de las empresas prospecto y las empresas afiliadas, ya que cuando se ejecuta la primera reunión entre los representantes de las compañías, en ella se comparte información acerca de sus servicios u otros aspectos empresariales y sería adecuado tener la autorización por parte de ellos, en caso de ausencia de los delegados de las empresas.

Una vez superado este paso y haber recibido una respuesta positiva, se redactará un informe y se efectuara la respectiva modificación de las funciones que competen a los practicantes. De igual forma se le comunicara a todos los involucrados del respectivo cambio que permita a los practicantes programar con más eficiencia la primera reunión con las empresas.

Antes de llevar a cabo el desarrollo de este proceso, es necesario hacer una inducción del tema para socializarlo. Como toda estrategia de sustitución, también debe evaluarse su etapa de ejecución para verificar si lo planteado en la propuesta arroja los resultados esperados o de lo contrario no surgieron los efectos previstos en el plan de mejora.

Figura 3 Diagrama de flujo plan de mejora para el proceso de primera reunión entre empresa afiliada y empresa prospecto



Nota: Elaboración propia, propuesta de mejora para el área comercial de la cámara de comercio e industria Colombo Chilena (Agudelo Erika, 2023)

En el proceso de proceder con la función de programación de la primera reunión entre empresa prospecto y empresa afiliada, el practicante del área comercial debe realizar un estudio previo de cada compañía, informarse sobre su actividad económica, los servicios o productos que ofrecen, las oportunidades comerciales que prometen a sus aliados, los beneficios de establecer acuerdos de intercambio comercial, entre

otros aspectos. Es importante que en caso de no poderse concretar una reunión donde participen los representantes tanto de la empresa prospecto como de la empresa afiliada, el practicante quien tendrá la obligación de transmitir la información de una de las partes que no asista, se asesore ampliamente de la información de la organización para realizar la debida presentación, ya que podría ser indagado sobre algún otro tema.

Si el practicante del área comercial no se siente seguro de poder llevar a efecto este enlace sólo, puede decidir no hacerla y esperar a la confirmación de los representantes de las empresas para programar el encuentro entre ellos. Una vez terminada la primera reunión es obligación del practicante desarrollar un informe de la misma y comunicar los resultados de la participación. De igual forma anunciar al representante o encargado comercial de la empresa prospecto o empresa afiliada si se logró concretar una segunda reunión donde si se debe contar con la presencia de las dos partes.

Los resultados que se esperan para este plan de mejora estratégico para el área comercial se basan en: aumentar las relaciones e intercambios comerciales entre las empresas afiliadas y las empresas prospecto, reducir el tiempo de programación de la primera reunión con la designación de los practicantes del área comercial para llevar a ejecución la misma, y concretar este primer encuentro sin la necesaria presencia obligatoria de alguna de los representantes de las compañías para realizar la presentación oficial del brochure empresarial de la parte que no asista al enlace de relacionamiento.

3.2 Conclusiones.

- Un plan de mejora es una herramienta muy útil para proponer cambios estratégicos en los procesos de una organización, en los cuales no se está presentando un adecuado funcionamiento o no cumple con las expectativas que lleven alcanzar las metas y obtener los resultados esperados, esto se traduce en mejor el desarrollo de los servicios tanto para clientes como para empleados.

- El área comercial en una entidad o empresa es una parte fundamental en la estructura organizacional de la misma pues gracias a ella se promueven las relaciones con los clientes. En el caso preciso de la cámara de comercio e industria colombo

chilena, en este departamento se construyen las misiones comerciales, las negociaciones, el relacionamiento entre empresas, las investigaciones con fines económicos y empresariales y se brinda el servicio de bases de datos. En general es el área más operacional de la entidad.

- Realizar un análisis diagnóstico permitió conocer el punto en el que se encuentran los procesos que se llevan a cabo en el área comercial de la cámara. Estudiando qué tipo de cambios se pueden implementar para brindar un mejor servicio y desarrollar a cabalidad las actividades que se destinan a los colaboradores.

3.3 Bibliografía

Cámara de Comercio e industria Colombo Chilena. (s.f). *Quienes somos*.

<https://colombochilena.com/quienes-somos/>

Barajas, B.T. Carreño, A.A. De Arco, K.A. (2018). *Plan estratégico de alianzas comerciales enfocadas al área comercial de la cámara de comercio e industria colombo chilena*. {trabajo de grado}. Universitaria Agustiniiana. Repositorio Uniagustiniana.

<https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/378/DearcoCabezas-KevinAlejandro-2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

4. Seguimiento Práctica profesional

4.1 Programación de actividades realizadas en la organización, de acuerdo a sus prácticas profesionales.

Entrevista y selección: 16 de mayo hasta el 6 de junio del 2022

Formalización con la universidad: 6 al 30 de junio del 2022

Capacitación: 1 al 8 de julio de 2022

Vinculación: 7 de julio 2022

Terminación de practica: 7 de enero de 2023

Las prácticas profesionales de negocios internacionales se llevaron a cabo en el área comercial de la cámara de comercio e industria colombo chilena con sede en la

ciudad de Bogotá en modalidad de trabajo virtual, donde como practicante del área comercial cumpliría con la realización de las siguientes actividades: como primer paso se me hizo entrega de un listado de empresas afiliadas a la cámara de comercio colombo chilena correspondiente a una base de datos en la cual se clasificaban las empresas según su sector, cargos y los diferentes requerimientos que estas tenían respecto algunas áreas. Mi objetivo se basaba en buscar clientes prospecto para aquellas empresas afiliadas a la cámara teniendo en cuenta las necesidades y requerimientos en el sector, área o cargos que estas tenían. Luego de esto debía enviar la información al jefe del área comercial para que realizara una revisión y así recibir la aprobación. Después de recibir el visto bueno y las correspondientes observaciones, se enviaba un correo al encargado de la empresa afiliada con la relación de los clientes potenciales, esperando una respuesta de aceptación o negación de la información de las empresas prospecto. Seguido de esto, se hace el levantamiento del contacto de acuerdo al área que requiera la empresa, utilizando herramientas como Orus data, Snovio, Apollo o LinkedIn para buscar los datos del contacto del representante del área de la empresa prospecto. Posteriormente comenzaba a enviar los correos, teniendo en cuenta un modelo de correo donde se relaciona con fecha, la solicitud que se pretende con la empresa prospecto.

Cuando se recibe un correo de interés se contacta con la empresa afiliada para ponerlo en conocimiento y agendar el encuentro mediante Google calendar, anexando el correo de confirmación y el link de la reunión. El día del encuentro se envía un recordatorio de nuevo con los datos respectivos del meeting. En el momento que se estuviera realizando la reunión virtual, debía enviar una captura de pantalla al grupo de WhatsApp del área comercial de la cámara de comercio colombo chilena para confirmar que la reunión se llevó a cabo como se había planeado. En ocasiones como practicante y coordinador de la primera reunión, realizaba la respectiva presentación formal entre los encargados de la empresa afiliada y la empresa prospecto, antes de comenzar con las propuestas comerciales que cada empresa disponía. Al terminar se elaboraba un resumen de lo sucedido en este primer encuentro entre la empresa prospecto y la empresa afiliada, que se comparte por vía WhatsApp al grupo del área comercial de la cámara. Siguiendo de ello, enviaba un correo con la información del

contacto de las personas que presentaron la reunión, agregando la información a la base datos con nombres y la fecha para el seguimiento del plan de trabajo. Asimismo, al informe de gestión adjuntaba el mensaje que se compartió al grupo de WhatsApp con el respectivo resumen de la reunión llevada a cabo entre la empresa afiliada y la empresa prospecto. Sumado a estas actividades propias como practicante del área comercial, todos los días se realizaban pausas activas, donde se proponía en pareja dos actividades para ejecutarse en el proceso de la pausa activa. En el último ciclo de mi práctica profesional se me designo la tarea de desarrollar un informe acerca del estudio de mercado del sector agrícola en Chile que tuviera inversiones en Colombia.

4.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes

4.1.1.1. Ciclo 1

- Fecha: Julio 7 de 2022 – agosto 22 de 2022

- Actividades Desarrolladas:

- Buscar empresas prospecto para las empresas afiliadas a la cámara de comercio e industria colombo chilena.
- Agendar reuniones entre las empresas afiliadas y clientes prospectos.
- Realizar informe y resumen de las reuniones llevadas a cabo.
- Pausas activas

- Logros: Agendar 1 a 2 reuniones por semana

- Dificultades Presentadas: la principal dificultad que se presenta a la hora de cumplir con el objetivo de agendar la primera reunión formal entre los encargados de la empresa prospecto y la empresa afiliada es la coordinación y respuesta del agendamiento de la misma, debido a factores de tiempo disponible de las personas participantes de la reunión. Por ello se hace difícil agendar en cortos periodos varios encuentros comerciales. También la falta de personal que posee la cámara colombo chilena entorpece en ocasiones los procesos que se realizan en la organización.

4.1.1.2. Ciclo 2

- Fecha: 23 de agosto de 2022- 8 de octubre de 2022

- Actividades Desarrolladas:

- Buscar empresas prospecto para las empresas afiliadas a la cámara de comercio e industria colombo chilena.
- Agendar reuniones entre las empresas afiliadas y clientes prospectos.
- Realizar informe y resumen de las reuniones llevadas a cabo.
- Pausas activas

- Logros: Agendar de 1 a 2 reuniones por semana

- Dificultades Presentadas: la principal dificultad que se presenta a la hora de cumplir con el objetivo de agendar la primera reunión que es el encuentro formal entre los encargados de la empresa prospecto y la empresa afiliada, es la coordinación y respuesta del agendamiento de la misma, debido a factores de tiempo disponible de las personas participantes de la reunión. Por ello se hace difícil agendar en cortos periodos varios encuentros comerciales.

4.1.1.3. Ciclo 3

- Fecha: 9 de octubre de 2022- 23 de noviembre de 2022

- Actividades Desarrolladas:

- Buscar empresas prospecto para las empresas afiliadas a la cámara de comercio e industria colombo chilena.
- Agendar reuniones entre las empresas afiliadas y clientes prospectos.
- Realizar informe y resumen de las reuniones llevadas a cabo.
- Pausas activas

- Logros: Agendar de 1 a 2 reuniones por semana

- Dificultades Presentadas: la principal dificultad que se presenta a la hora de cumplir con el objetivo de agendar la primera reunión que es el encuentro formal entre los encargados de la empresa prospecto y la empresa afiliada, es la coordinación y respuesta del agendamiento de la misma, debido a factores de tiempo disponible de las personas participantes de la reunión. Por ello se hace difícil agendar en cortos periodos

varios encuentros comerciales. De igual forma, la falta de personal en la organización también puede retrasar los procesos y funciones que se cumplen en la cámara de comercio colombo chilena.

4.1.1.4. Ciclo 4

- Fecha: 24 de noviembre de 2022- 7 de enero 2023

- Actividades Desarrolladas:

- Elaboración de un informe de mercado del sector agrícola chileno con inversiones en Colombia.
- Buscar empresas prospecto para las empresas afiliadas a la cámara de comercio e industria colombo chilena.
- Agendar reuniones entre las empresas afiliadas y clientes prospectos.
- Realizar informe y resumen de las reuniones llevadas a cabo.

- Logros: Agendar de 1 a 2 reuniones por semana, cumplir con la realización del estudio de mercado.

- Dificultades Presentadas: la principal dificultad que se presenta a la hora de cumplir con el objetivo de agendar la primera reunión que es el encuentro formal entre los encargados de la empresa prospecto y la empresa afiliada, es la coordinación y respuesta del agendamiento de la misma, debido a factores de tiempo disponible de las personas participantes de la reunión. Por ello se hace difícil agendar en cortos periodos varios encuentros comerciales.