



UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS

Cámara Oficial de Comercio de España en Colombia

Plan de Mejora: Implementación de APP EsCoTrade

Practica Laboral

Facultad de Negocios Internacionales

Saharay Roa López

Presentado para optar por el título de: Profesional de Negocios Internacionales

Docente: Fabio Alejandro Bastidas Mahecha

Bogotá D.C

18 de Septiembre del 2024

Tabla de contenido

RESUMEN	3
AGRADECIMIENTOS.....	3
INTRODUCCIÓN	4
1. LA CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO DE ESPAÑA EN COLOMBIA	5
1.1. ASPECTOS GENERALES:.....	5
1.1.2. <i>Misión</i>	6
1.1.3. <i>Visión</i>	7
1.2. UBICACIÓN GEOGRÁFICA:.....	7
1.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	8
1.4 <i>Descripción de las Responsabilidades y Funciones del Practicante</i>	8
1.5. <i>Análisis DOFA:</i>	9
2. PLANTEAMIENTO DEL PLAN DE MEJORA EN RELACIÓN CON LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES	11
2.1 PLANTEAMIENTO DEL PLAN DE MEJORA	11
2.2 OBJETIVOS	14
2.2.1 <i>Objetivo general</i>	14
2.2.2 <i>Objetivos específicos</i>	14
3. CONTENIDO PLAN DE MEJORA.....	15
3.1 PROPUESTA DE MEJORA:	15
4. CONCLUSIONES	23
5. CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS TRAZADOS POR PERIODO	25
6. REFERENCIAS:	27
7. ANEXOS	28

Resumen

Se busca implementar una App personalizada para la Camara De Comercio De España En Colombia basado en una CRM con datos reales para facilitar la segmentación de clientes potenciales, el cual busca incrementar la eficiencia operativa y mejorar la experiencia de networking y el portafolio servicios ofrecidos a empresarios y profesionales tanto de España como de Colombia.

Entre los valores agregados que ofrece el aplicativo se destaca el fomento de las relaciones comerciales B2B, así como la facilidad para el análisis y seguimiento de clientes. Además, se plantea la creación de una base de datos centralizada que optimice la búsqueda de información y reduzca los tiempos de respuesta en las gestiones comerciales.

Se pretende crear un sistema de notificaciones en tiempo real que ayudará a gestionar mejor los eventos y las reuniones comerciales, mejorando la asistencia y participación de los empresarios. También se contempla la oferta de webinars y cursos interactivos con el uso de herramientas de gamificación, así como la incorporación de contenido inmersivo en 360 grados para los eventos más destacados de la Cámara, lo que permitirá a los empresarios acceder de forma remota y participar en actividades sin estar presentes físicamente.

Este plan busca transformar a la Compañía en un referente en la prestación de servicios de comercio internacional y networking, aprovechando las herramientas digitales para mejorar su eficiencia operativa, crear nuevas oportunidades para sus miembros y fortalecer su papel en las relaciones comerciales entre España y Colombia.

Agradecimientos

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas y organizaciones que hicieron posible la creación y desarrollo de este plan de mejora.

En primer lugar, agradezco profundamente a mi familia: a mis padres, Patricia López y Carlos Roa, y a mis hermanas, Zharick y Nataly, quienes han sido mi mayor apoyo en los ámbitos emocional, académico y económico. Gracias por siempre creer en mí, por brindarme su apoyo incondicional y por ser mi fuente constante de motivación.

También deseo expresar mi gratitud a la Universidad Santo Tomás y a todos los profesores que me acompañaron a lo largo de mi formación profesional, especialmente a los docentes guías de este trabajo final, por su valiosa orientación y apoyo durante el desarrollo de este plan. A mis compañeros de clase, les agradezco por compartir conmigo este viaje académico, que ha sido enriquecedor y lleno de aprendizajes. Su confianza y apoyo han sido fundamentales para alcanzar mis metas profesionales.

Finalmente, extiendo mi gratitud a la Cámara Oficial de Comercio de España en Colombia por brindarme la oportunidad de formar parte de su equipo como practicante en el área de comercio exterior. A mis compañeros de esta área, les doy las gracias por su colaboración, enseñanzas y compañerismo, que me han permitido crecer tanto profesional como personalmente.

Introducción

Se ha detectado una disminución en la productividad en varias áreas de la compañía, principalmente debido a la falta de una base de datos centralizada y actualizada. Actualmente, los empleados deben buscar información en diversas fuentes, como Excel, HubSpot y LinkedIn, lo que retrasa la entrega de listados específicos a los clientes.

Esta situación provoca demoras en el contacto con clientes en España y Colombia, generando datos inexactos. La ausencia de una base de datos organizada dificulta la comunicación efectiva y puede llevar a la pérdida de clientes potenciales. Además, el tiempo y esfuerzo dedicados

a la búsqueda de información precisa afectan la productividad general y complican el análisis de datos. Asimismo, se ha evidenciado que los aspectos culturales tienen gran impacto en las negociaciones ya que estos dos países son sumamente diferentes, lo que a menudo genera incumplimiento o cancelación en las reuniones.

Gracias a este hallazgo se generó la propuesta de mejora se centra en medir la eficiencia con el fin de aumentar la productividad en las áreas comercio exterior y de afiliados de la compañía. Para ello, se ha diseñado un plan que sugiere la implementación de una aplicación propia que incluirá un sistema CRM personalizado para la recopilación y análisis de datos de clientes y prospectos, facilitando el seguimiento de relaciones comerciales B2B y permitiendo la segmentación por empresa y sector. Además, contará con un cronograma en tiempo real para la gestión de eventos, que enviará notificaciones actualizadas y mejorará la organización de agendas, aumentando la asistencia a eventos. La aplicación ofrecerá también webinars y cursos interactivos con gamificación, reconociendo a los participantes con certificados, y permitirá ver videos de 360 grados de eventos destacados, brindando una experiencia inmersiva y accesible para todos los empresarios.

1. La Cámara Oficial de Comercio de España en Colombia



Fuente. *(Adaptado de Google, s.f.)*

1.1. Aspectos generales:

La Cámara Oficial de Comercio de España en Colombia opera en el sector de la promoción y facilitación de relaciones comerciales entre España y Colombia. Las cámaras de comercio

desempeñan un papel crucial en el estímulo de la cooperación económica y comercial entre países. Su misión abarca actividades, como promover oportunidades de inversión, respaldar a empresas en su internacionalización, facilitar contactos comerciales y brindar servicios para fortalecer las relaciones económicas entre ambos países. (Cámara oficial de Comercio de España en Colombia, 2024)

En este contexto, la Cámara juega un papel fundamental como intermediaria y promotora de la colaboración empresarial, contribuyendo al desarrollo sostenible de las relaciones comerciales bilaterales. Su presencia y acciones facilitan la expansión de oportunidades para las empresas, fomentan la comprensión mutua de los mercados, promueven un ambiente propicio para el intercambio comercial entre España y Colombia sus principales funciones son:

- Consultoría Internacional
- Storecheck
- Business Meeting
- Misiones Comerciales
- Gestión Comercial
- Consultoría en equidad de género. (Cámara oficial de Comercio de España en Colombia, 2024)

1.1.2. Misión

Actuar en el interés de nuestros/as socios/as, empresas colombianas, españolas y de la administración española, promoviendo el comercio entre España y Colombia, prestando servicios oportunos de alta calidad, de manera profesional e íntegra y ayudando a crear espacios propicios para la generación de nuevos negocios que incrementen el volumen de intercambio comercial y de inversiones entre los países. (Cámara oficial de Comercio de España en Colombia, 2024)

1.1.3. Visión

Ser la institución líder en la promoción de actividades económicas y comerciales entre España y Colombia, posicionándola como la mejor consultora en temas comerciales y de inversión entre los dos países. (Cámara oficial de Comercio de España en Colombia, 2024)

1.2. Ubicación geográfica:

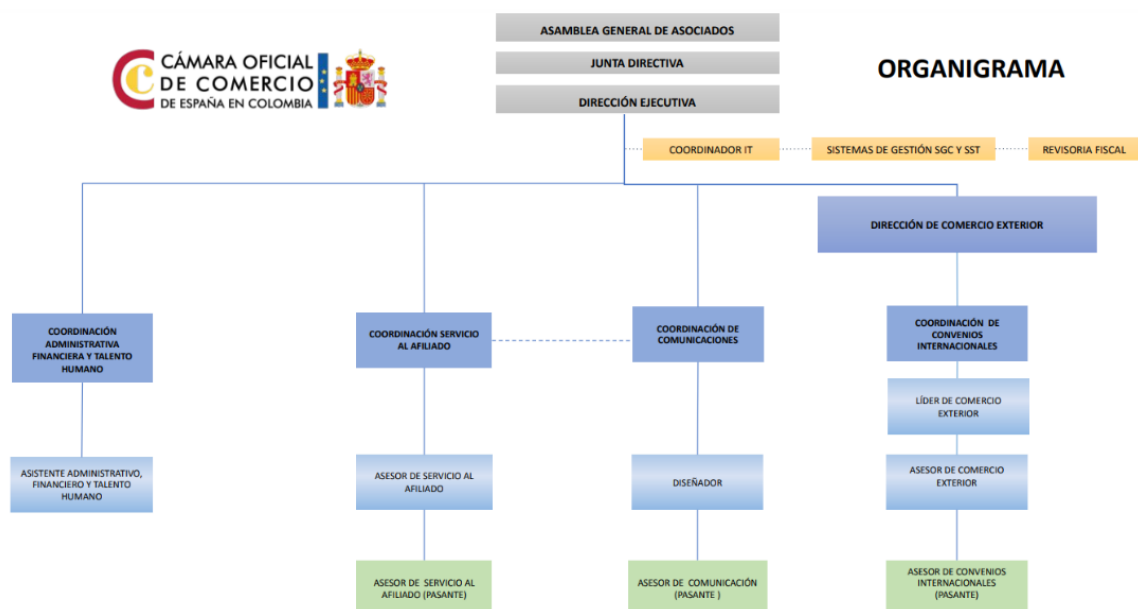
Figura 1



Fuente. Adaptado de Google, (s.f.) (Sede Cámara Oficial de Comercio de España en Colombia, Bogotá). Todos los derechos reservados por Google

1.3 Estructura Organizacional

Figura 2



Fuente. (Cámara oficial de Comercio de España en Colombia, 2024) (*Organigrama*).

1.4 Descripción de las Responsabilidades y Funciones del Practicante

- Cargo: Practicante Asesor de Comercio Exterior
- Misión: Promoción de actividades económicas y comerciales entre España y
- Responsabilidades :
 - a) Cumplir las políticas laborales y las normas generales.
 - b) Cumplir las demás funciones referentes al cargo.
 - c) Cumplir los lineamientos estipulados en el Reglamento Interno de Trabajo
- Actividades
 1. Soporte en la organización y coordinación de Misiones comerciales Directas e inversas en confección de agendas.
 2. Resolución de consultas comerciales

3. Elaboración de Estudios Sectoriales
4. Realizar presentaciones acerca del mercado español y las relaciones bilaterales ante los organismos que lo soliciten
5. Alimentar el sistema de información empresarial

1.5. Análisis DOFA:

Figura 3

MATRIZ DOFA	
FORTALEZAS	AMENZAS
* Pasión y cultura CAMACOES * Infraestructura *Apoyo y respaldo de la junta Directiva *Autonomía y Libertad por parte de los directivos para la negociación en direccionamiento de futuros clientes potenciales. *Portafolio de servicios en el asesoramiento personalizado en la negociación de los clientes	* Volatilidad de divisas Peso/Euro * Apertura de nuevas cámaras Bi Nacionales que aumenta la competencia en el asesoramiento de los empresarios * la tercerización de proceso de la compañía como; legal, Talento Humano y contabilidad
DIFICULTADES	OPORTUNIDADES
* Sobrecostos anuales por la adquisición del edificio, que hace que el flujo de caja sea apretado *No hay cobertura a nivel nacional por falta de conocimiento y tiempo por la diferencia horaria *Desconocimiento de la competencia de mercado, el sector y los servicios * Bajo presupuesto para la capacitación y mejoramiento de competencias del cliente interno	* Alianzas con la competencia * Ser la institución oficial de la cámara de España en Colombia * 32 departamentos que atender en Colombia y sectorizar por prestación de servicios * Oportunidad para ofrecer servicios integrales con otro prestadores de servicios *Implementación de tecnología "CRM" para mejorar los procesos y optimizar los tiempos

Fuente. *Elaboración Propia (2024) DOFA Análisis, CAMACOES.*

Fortalezas

La Cámara Oficial de Comercio de España en Colombia, a lo largo de su trayectoria, ha fomentado un fuerte sentido de pertenencia entre sus empleados. Esto se debe a la pasión y la cultura CAMACOES, así como al apoyo de la junta directiva, que mantiene una excelente relación

con cada miembro del equipo. Esta dinámica ha generado un ambiente de seguridad, libertad y autonomía en las negociaciones con futuros clientes potenciales. Además, su amplio portafolio de servicios contribuye a establecer una infraestructura sólida y confiable para los clientes.

Amenazas

La compañía está sujeta a la TRM del día, lo que implica que está influenciada por cualquier noticia que ocurra en Colombia y España. Esto significa que la fluctuación de la moneda puede afectar las negociaciones, generando un costo de oportunidad que podría hacer que invertir en otra cámara resulte más atractivo. Además, se ha identificado que la tercerización de procesos puede llevar a una falta de atención al detalle y a una personalización deficiente de los servicios, ya que depende de otras empresas para futuras alertas.

Debilidades

La adquisición de nuevas oficinas ha incrementado la deuda, lo que ha reducido el flujo de caja y ha impactado negativamente en el EBITDA de la compañía. Además, el presupuesto limitado para capacitaciones y el desarrollo de competencias han llevado a que los empleados no estén familiarizados con la diferencia horaria entre Colombia y España, lo que impide una cobertura de 24 horas. Esta falta de conocimiento y tiempo ha provocado que muchas reuniones se cancelen o no se realicen, generando un desconocimiento de la competencia y de los distintos mercados, sectores y servicios en los que los clientes desean invertir.

Oportunidades

Aliarse con nuevos stakeholders, que pueden incluir a la competencia, permite reducir los costos de operación y alcanzar a más clientes, lo que a su vez ayuda a disminuir las falencias de la compañía. Esto facilita una mayor cobertura en los 32 departamentos de Colombia, generando un mayor alcance y nuevas oportunidades de inversión. Además, invertir en tecnología y en un

sistema CRM para gestionar datos específicos optimizará los procesos y mejorará los tiempos de respuesta de la compañía.

2. Planteamiento del plan de mejora en relación con las prácticas profesionales

2.1 Planteamiento del plan de mejora

A pesar de su buen desempeño como cámara binacional, la Cámara Oficial de Comercio de España en Colombia presenta algunas falencias como que afectan su eficiencia y efectividad. Durante la experiencia trabajando con empresarios para gestionar agendas comerciales, identifiqué tres áreas de mejora clave:

1. La falta de una base de datos centralizada y actualizada, lo que obliga a buscar información en diferentes fuentes (Excel, HubSpot, LinkedIn), retrasando la entrega de listados específicos a los clientes.
2. La comunicación con los empresarios a través de correo electrónico a menudo resulta ineficaz, ya que requiere recordatorios y llamadas adicionales.
3. La falta de consideración de factores culturales en las negociaciones comerciales puede afectar negativamente el éxito de las misiones comerciales. Un ejemplo de esto fue la planificación de una misión comercial en agosto, sin tener en cuenta las vacaciones de verano en España.

Por lo anterior, se presenta una oportunidad de mejora mediante la implementación de un aplicativo y CRM personalizado para la Cámara de Comercio de España en Colombia. Este sistema ofrecerá un valor agregado a los clientes, ya que permitirá gestionar datos más precisos, personalizados y detallados. Además, optimizará los procesos y tiempos de atención, beneficiando tanto a los clientes actuales como a los futuros inversionistas.

Aspecto Teórico

La CRM (Customer Relationship Management) o Gestión de la Relación con el Cliente se desarrolló como una herramienta fundamental en las empresas para mejorar la relación con sus clientes, optimizar el servicio y maximizar el valor del ciclo de vida del cliente. Los orígenes del concepto de CRM se remontan a la década de 1980, pero su consolidación como una herramienta de software y estrategia empresarial comenzó en la década de 1990. (González & Sánchez, 2013)

Pioneros en el desarrollo de la CRM

Uno de los primeros en reconocer la necesidad de herramientas de gestión del cliente fue Tom Siebel, quien fundó Siebel Systems en 1993. Siebel Systems fue una de las primeras empresas en comercializar soluciones de software CRM, que integraban ventas, marketing y servicios. Siebel Systems fue líder del mercado en software CRM durante los años 90, y se considera uno de los principales pioneros en el desarrollo y la adopción de esta tecnología a gran escala. (González & Sánchez, 2013)

Antes de Siebel Systems, existían sistemas rudimentarios de bases de datos que las empresas utilizaban para registrar la información de sus clientes, pero la evolución a sistemas CRM más sofisticados fue impulsada por la necesidad de gestionar de manera más eficiente las interacciones con los clientes en un entorno cada vez más competitivo.

Evolución de la CRM

La evolución de la CRM fue un proceso en el que se combinaron diversos elementos tecnológicos y teóricos. En la década de 1980, las empresas comenzaron a utilizar Contact Management Systems (CMS), que eran sistemas simples de bases de datos para almacenar la información de contacto de los clientes. A medida que las tecnologías avanzaron, estos sistemas se integraron con nuevas funcionalidades, como la automatización de procesos de ventas, seguimiento de interacciones y análisis de datos, dando lugar a los primeros sistemas CRM.

El concepto de CRM también se apoyó en teorías de marketing relacional, como las desarrolladas por Don Peppers y Martha Rogers en su influyente libro *The One to One Future* (1993), donde proponían una estrategia de marketing centrada en la personalización y en la construcción de relaciones a largo plazo con los clientes. Esta filosofía fue clave en la conceptualización de la CRM, ya que la idea era utilizar la tecnología para personalizar las experiencias de los clientes de manera masiva. (García & Ospina, 2012)

A partir de los años 2000, el surgimiento del CRM basado en la nube (o SaaS) revolucionó la forma en que las empresas implementaban estas soluciones. Salesforce, fundada por Marc Benioff en 1999, fue una de las primeras empresas en ofrecer soluciones CRM en la nube, permitiendo a las empresas utilizar estos sistemas sin la necesidad de costosas infraestructuras de TI. Salesforce rápidamente se convirtió en líder en este espacio y cambió el paradigma del software CRM. (García & Ospina, 2012)

Principales aportes y características de la CRM

La CRM moderna no solo permite almacenar y organizar la información de los clientes, sino que también ofrece herramientas avanzadas para la automatización de marketing, la gestión de ventas, el análisis predictivo, el servicio al cliente, y en muchos casos, una integración completa con otros sistemas de la empresa, como el ERP. Estas funcionalidades permiten a las empresas obtener una visión completa del ciclo de vida del cliente y optimizar cada interacción para mejorar la retención y la satisfacción del cliente. (Salesforce, n.d.)

Alcances

los alcances de una CRM son vastos, ya que no solo mejora la relación con los clientes, sino que optimiza la eficiencia interna, impulsa las ventas, facilita el análisis predictivo y permite a las empresas ofrecer una experiencia de cliente altamente personalizada. Esto se traduce en un

aumento de la lealtad de los clientes, mayores oportunidades de negocio y un crecimiento sostenible para la organización.

Limitaciones

La sobrecarga de funcionalidades es otra limitación, ya que muchas empresas adquieren sistemas CRM con múltiples herramientas que no necesitan, lo que puede resultar abrumador y costoso. A esto se suman los problemas de seguridad, ya que el almacenamiento de datos sensibles puede exponerse a brechas de seguridad si no se gestionan adecuadamente, lo que podría comprometer tanto la información como la reputación de la empresa.

Finalmente, la dependencia de proveedores en soluciones CRM basadas en la nube puede generar problemas si los costos de servicio aumentan o el soporte técnico se reduce, lo que afecta la continuidad de las operaciones. A pesar de estas limitaciones, con una implementación cuidadosa, planificación estratégica y un mantenimiento adecuado, muchas de estas dificultades pueden ser mitigadas, permitiendo que la CRM maximice sus beneficios para la empresa.(Dazzet, n.d.)

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo general

Desarrollar un aplicativo personalizado para la Cámara de Comercio de España en Colombia, basado en un software de CRM, que ofrezca una gestión integral del portafolio de servicios, con el propósito de mejorar la eficiencia operativa, enriquecer la experiencia formativa y generar oportunidades de networking para empresarios y profesionales vinculados a la Cámara.

2.2.2 Objetivos específicos

1. Optimizar la interacción con los clientes y miembros de la Cámara, donde se implementen un sistema CRM personalizado, que integre datos reales y a su vez se

pueda segmentar de manera eficiente al cliente potencial, fortaleciendo las relaciones B2B, mejorando la experiencia del usuario y las oportunidades comerciales.

2. Desarrollar e implementar un aplicativo que facilite la gestión operativa de los trabajadores de la compañía, con el fin de optimizar los tiempos en la administración de los procesos internos y mejorar la interacción con clientes antiguos y nuevos.
3. Crear dentro del aplicativo, un sistema que genere notificaciones en tiempo real y ofrezca contenido inmersivo en videos de 360 grados. Este sistema informará a los usuarios sobre eventos y actividades, facilitando su participación en misiones comerciales, con el fin de mejorar la interacción y el networking en la comunidad empresarial.

3. Contenido Plan de Mejora

3.1 Propuesta de mejora:

Para el plan de mejora se propone la implementación de una aplicación propia que contenga:

- **CRM Propio:**

Se propone implementar en la aplicación un sistema CRM personalizado que actúe como eje central para la recopilación, organización y análisis de datos de clientes y prospectos, facilitando así la interacción y el seguimiento eficiente de las relaciones comerciales B2B.

Este sistema contará con una base de datos centralizada, robusta y segura, que permitirá almacenar información relevante y actualizada de los clientes y sus interacciones comerciales, además de ofrecer la posibilidad de segmentar contactos por empresa y sector socioeconómico para una gestión más efectiva y personalizada.

Se introducirá un modelo de monetización para el acceso a datos especializados, lo que representa una nueva vía de ingresos para la Cámara. La aplicación garantizará la actualización y

comparación de información de manera automática, reduciendo la necesidad de consultas manuales y optimizando el tiempo de respuesta, lo que se traducirá en una mejora de la eficiencia en la preparación y ejecución de agendas comerciales y un incremento en la productividad. El beneficio principal de integrar el CRM en la aplicación es el aumento de la satisfacción del cliente mediante un servicio más rápido y personalizado, así como la mejora en la retención y fidelización de clientes gracias a una experiencia de usuario mejorada y servicios más eficientes.

- **Cronograma Tiempo Real:**

La aplicación incorporará un cronograma en tiempo real, siendo esta una herramienta esencial para la gestión eficaz de eventos y la comunicación con los afiliados y empresarios. Esta funcionalidad permitirá a los usuarios recibir notificaciones actualizadas sobre eventos y actividades, garantizando así que estén bien informados, la intención es que puedan planificar su participación con antelación.

Superando las barreras de la comunicación tradicional, como el correo electrónico, que a menudo resulta en información pasada por alto, la aplicación ofrecerá un flujo constante de actualizaciones relevantes, además, facilitará la organización, el seguimiento de agendas y misiones comerciales, proporcionando notificaciones detalladas sobre los asesores responsables, la logística de las reuniones, incluyendo fechas, horarios y ubicaciones precisas en el mapa.

Esto es especialmente valioso para eventos presenciales, donde la planificación del viaje y la puntualidad son cruciales, también sugerirá a los usuarios salir con suficiente antelación para llegar a tiempo, considerando factores como el tráfico y la ubicación del evento. El cronograma en tiempo real no solo mejorará la eficiencia operativa de la Cámara al reducir la carga de trabajo administrativo, sino que también mejorará la experiencia del usuario al proporcionar un acceso directo y conveniente a la información esencial.

Con esta función la Cámara asegura una mayor asistencia, así como un incremento en la participación en sus eventos, fortaleciendo la comunidad empresarial y fomentando una red más activa caracterizada por el compromiso.

- **Videos, webinar y cursos:**

La aplicación se convertirá en una herramienta educativa, de networking, vanguardista, la cual ofrecerá una gama de webinars y cursos diseñados para empresarios con aspiraciones de crecimiento en los mercados colombiano y español. Estos programas de formación y capacitación en comercio internacional serán interactivos, con videos explicativos, simulaciones realistas y estudios de casos que reflejen situaciones comerciales actuales, proporcionando así un aprendizaje práctico y aplicable.

La integración de la gamificación en la plataforma educativa utilizará elementos como puntos, insignias, tablas de clasificación para fomentar la participación, el compromiso de los usuarios, convirtiendo el proceso de aprendizaje en una experiencia más atractiva y motivadora. Además, la finalización exitosa de los cursos se reconocerá con certificados, aumentando el valor profesional y el reconocimiento de los participantes en sus respectivas industrias.

En cuanto a la experiencia de los eventos, la aplicación permitirá a los usuarios sumergirse en videos de 360 grados de los eventos más destacados de la Cámara, como showrooms, desayunos empresariales, ferias y galas. Esta tecnología de realidad virtual proporcionará una perspectiva única y permitirá a los empresarios asistir virtualmente y experimentar estos eventos como si estuvieran presentes físicamente, sin importar su ubicación geográfica. Esta funcionalidad no solo ampliará el alcance y la accesibilidad de los eventos y programas educativos de la Cámara, sino que también promoverá una red de aprendizaje colaborativo y continuo.

Especificaciones técnicas de aplicación móvil EsCoTrade

- Diseño y colores: - Colores principales: rojo, negro y blanco - Accentes: amarillo y azul para detalles y highlights
- Pantallas y funcionalidades

1. Inicio

- Página principal con acceso rápido a las funcionalidades principales
- Inicio de sesión para usuarios registrados

Figura 4.



Fuente. *Elaboración Propia (2024) Simulación interfaz pantalla, selección inicio, inicio personal.*

2. Menú

- Botones para acceder a:
- Perfil del usuario

- CRM (Gestión de Relaciones con Clientes)
- Cronograma (Calendario de eventos y actividades)
- Networking (Educación y eventos)

Figura 5.

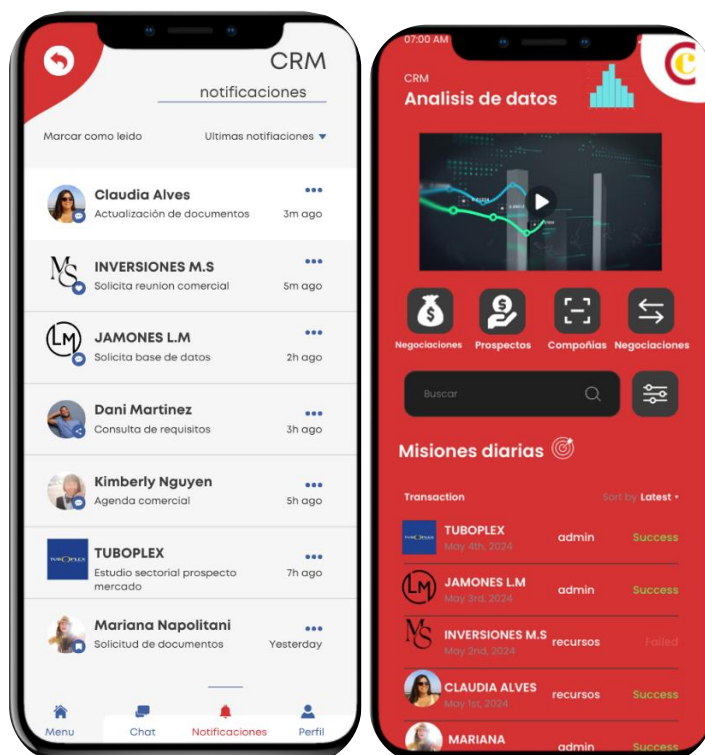


Fuente. *Elaboración Propia (2024) Simulación interfaz menú.*

3. CRM

- Lista de contactos y empresas
- Detalles de contactos y empresas (información de perfil, historial de interacciones, etc.)
- Seguimiento de interacciones comerciales (reuniones, llamadas, correos electrónicos, etc.)
- Análisis de datos y estadísticas (gráficos, informes, etc.)

Figura 6.

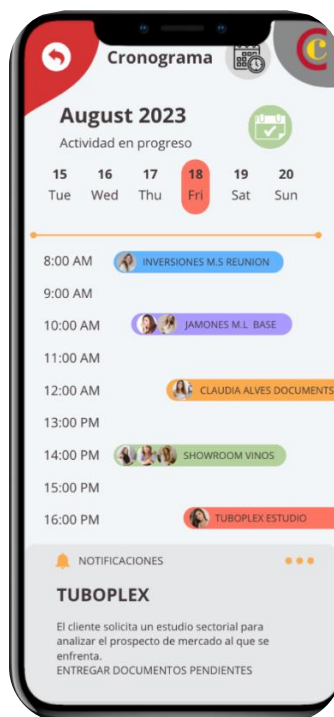


Fuente. Creación Propia (2024) Simulación interfaz CRM.

4. Cronograma

- Calendario de eventos y actividades (reuniones, conferencias, ferias, etc.)
- Notificaciones en tiempo real para eventos y actividades próximas
- Detalles de eventos y actividades (fecha, hora, lugar, descripción, etc.)

Figura 7.



Fuente. *Elaboración Propia (2024), Simulación interfaz CRM.*

5. Networking:

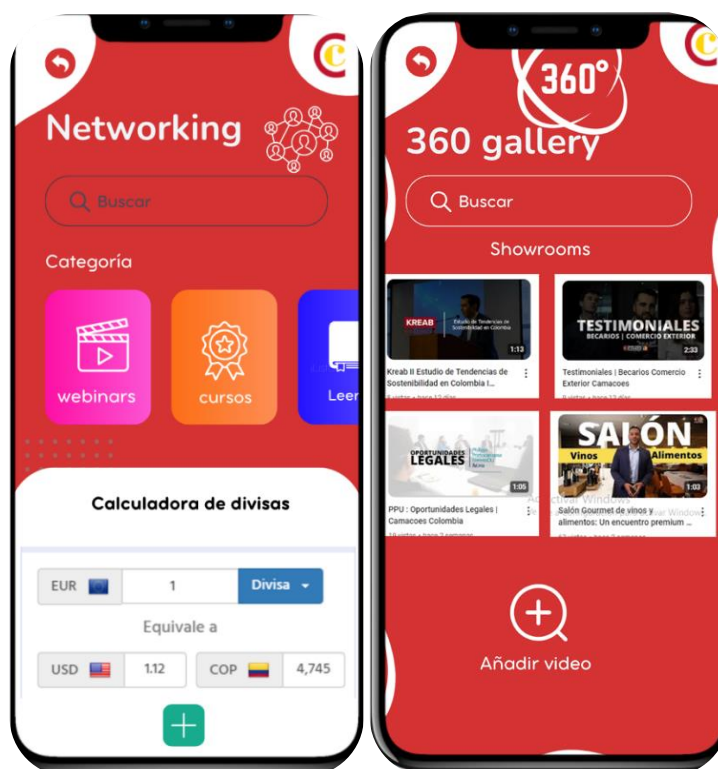
- Educación:

- Lista de webinars y cursos disponibles
- Detalles de webinars y cursos (fecha, hora, duración, descripción, etc.)
- Acceso a contenido educativo (videos, presentaciones, etc.)
- Certificados de finalización

- Eventos:

- Galería de videos de 360 grados de eventos pasados
- Información de eventos pasados y futuros (fecha, hora, lugar, descripción, etc.)

Figura 8.



Fuente. *Elaboración Propia (2024), Simulación interfaz Webinars, cursos, TRM, experiencia eventos 360.*

6. Configuración

- Ajustes de notificaciones (selección de notificaciones, frecuencia, etc.)
- Gestión de perfil (actualización de información, cambio de contraseña, etc.)
- Soporte técnico (contacto con el equipo de soporte, FAQs, etc.)

Figura 9.

Fuente. *Elaboración Propia (2024), Simulación interfaz Configuración.*

4. Conclusiones

La implementación de la aplicación EsCoTrade generara un valor agregado significativo tanto para la organización como para sus usuarios. Esta aplicación mejorará notablemente la eficiencia al reducir el tiempo necesario para la búsqueda de información y automatizar procesos, lo que permitirá a los usuarios concentrarse en actividades más estratégicas y valiosas.

Además, EsCoTrade facilitará la comunicación y el seguimiento de eventos, lo que incrementará la participación y el compromiso de los usuarios, creando un entorno más colaborativo y dinámico. Este fortalecimiento de la red de contactos entre empresarios abrirá nuevas oportunidades de negocio, permitiendo conexiones más efectivas.

Se estima que la aplicación aumentará la productividad aproximadamente en un 25%. Esto se logrará a través de la automatización de tareas administrativas repetitivas, la mejora en la comunicación entre los miembros y el acceso a información en tiempo real.

La optimización de procesos ineficientes no solo reducirá el tiempo y los recursos necesarios para completar tareas, sino que también permitirá a los miembros ahorrar un promedio de 2 horas diarias en sus gestiones. Esto se traduce en un uso más eficiente del tiempo y en la posibilidad de enfocarse en iniciativas más innovadoras y productivas.

En resumen, la implementación de EsCoTrade transformará la manera en que opera la Cámara, ofreciendo herramientas que facilitan un crecimiento sostenible y una mayor efectividad en las actividades comerciales.

En conclusión, este plan de mejora tiene como objetivo posicionar a la Cámara como líder en la provisión de servicios de comercio internacional, educación y networking, aprovechando la tecnología para crear oportunidades sin precedentes para sus miembros y la comunidad empresarial en general. Además, cabe destacar que, según la cotización (*revisar Anexo A*) para el desarrollo de la aplicación propuesta, el costo es relativamente bajo en comparación con los beneficios y ventajas que se pueden adquirir. La implementación de estas medidas innovadoras y centradas en la tecnología no solo mejorará la eficiencia operativa de la Cámara, sino que también generará un valor de marca distintivo, fomentará la lealtad de los clientes y potenciales clientes, y enriquecerá la experiencia de los servicios de comercio exterior ofrecidos por la entidad.

5. Cumplimiento de objetivos trazados por periodo

Figura 10.

ACTIVIDAD	FECHA INGRESO	RESPONSABLE	EMPRESA	SECTOR	SOLICITUD	ESTADO	FECHA DE CIERRE	Nº DÍAS desde el Ingreso	OBSERVACIONES (Asturex describir actividad)
AGENDA COMERCIAL	07/12/2023	MANUEL SUAREZ, SAHARAY	PERSONAL SOFT	TECNOLOGÍA	AGENDA COMERCIAL PRESENCIAL EN ESPAÑA	CERRADO	09/20/23	70,00	Este servicio fue aceptado en tiempos de verano y vacaciones en España y no cumplimos con todas las reuniones
CONSULTA	08/25/2023	SAHARAY ROA	CAMARA DE IBAGUE	FERIA EMPRESARIAL	QUERIAN SABER REQUISITOS PARA LA ENTRADA Y SALIDA DE MERCANCIA EN MALETA DE 23KG PRODUCTOS DEL ÁREA TEXTIL Y BISUTERÍA	CERRADO	08/28/23	3,00	Solicitud que llega el viernes y coincide con fin de semana
CONSULTA	8/28/2023	SAHARAY ROA	MC COMUNICACIONES Y ASESORIAS S.A.S	COMUNICACIONES	ACUERDOS CON CAMARA Y SOLICITA REUNION	CERRADO	08/29/2023	1,00	Se responde en los tiempos estipulados y con la información solicitada
CONSULTA	9/4/2023	SAHARAY ROA	SALASMU CAFE S.A.S	CAFETERO	PROCESO DE INTERNACIONALIZACION DE MARCA, SERVICIOS CAMARA Y AFILIACION (AGENDAR REUNION)	CERRADO	9/5/2023	1,00	Se responde en los tiempos estipulados y con la información solicitada
FORO DE ENERGÍA RENOVABLE	8/8/2023	JOSE SOCORRO, SAHARAY ROA	ASTUREX	ENERGÍA RENOVABLE	APOYO EN LA INVITACIÓN DE COMPRADORES INTERNACIONALES	CERRADO	10/11/2023	64,00	Se realizó un servicio de misión inversa enfocada al Foro Norte Renovables en Asturias, desde la Cámara apoyamos con la invitación y gestión de 3 empresas colombianas como potenciales compradores para asistir al evento y reunirse con empresas asturianas fomentando los negocios al mediano plazo
CONSULTA	09/11/2023	SAHARAY ROA	Servicios C & M Consultores S.A.S	Consultoria	REUNION PARA REVISAR INTERESES Y RELACION	CERRADO	09/12/2023	1,00	Se responde en los tiempos estipulados y con la información solicitada
CONSULTA	09/14/2023	SAHARAY ROA	F2 Traduções	SERVICIO DE TRADUCCION	OFRECEN SERVIVIO DE TRADUCCION Y SE LES EXTIENDE INVITACION COMO AFILIADOS	CERRADO	09/15/2023	1,00	Se responde en los tiempos estipulados y con la información solicitada
AGENDA COMERCIAL	09/30/2023	SAHARAY ROA	FORMATO EDUCATIVO SL	EDUCACIÓN	AGENDA COLOMBIA 2 DÍAS (8 REUNIONES)	CERRADO	10/31/2023	31,00	Se cierra con éxito las 8 reuniones, queda pendiente reunion adicional con SENA 14 DIC
AGENDA COMERCIAL	08/25/2023	DUARTE, SAHARAY	SEOGA	SALUD	AGENDA Y SEGUIMIENTO 3 MESES (Sep-Oct y 15 Nov)	CERRADO	11/15/2023	82,00	Se cerró en Agosto pero por Cámara Compostela se continuará hasta noviembre
CONSULTA	9/18/2023	SAHARAY ROA	Grupo ASD	TECNOLOGIA	REUNION PARA REVISAR INTERESES Y RELACION	CERRADO	09/20/2023	2,00	Se responde en los tiempos estipulados y con la información solicitada
SHOWROOM RUEDA	6/4/2023	EQUIPO COMEX	D.O. RUEDA	ALIMENTOS Y VINOS	LOGISTICA Y CONFIRMACIÓN ASISTENTES EVENTO	CERRADO	07/04/2023	30,00	Todo culmino a satisfacción y se va a continuar en el 2024 con algunas acciones puntuales
SHOWROOM COLOMBIA PERÚ	8/1/2023	EQUIPO COMEX	11 EMPRESAS. Sr Javier Andonegui	ALIMENTOS Y VINOS	LOGISTICA Y CONFIRMACIÓN ASISTENTES EVENTO	CERRADO	09/19/2023	49,00	Todo culmino a satisfacción y se va a continuar en el 2024 con una nueva edición del Show Room en Septiembre

AGENDA COMERCIAL	9/5/2023	EQUIPO COMEX	ESPIRAL PROACTIVANET	TIC'S	AGENDA 4 REUNIONES (25 SEPT AL 25 OCT)	CERRADO	11/03/2023	59,00	Todo se entregó como el cliente nos lo había solicitado
MISIÓN COMERCIAL	06/28/2023	EQUIPO COMEX	GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA / HOLLAND HOUSE	EMPRESAS ESPAÑOLAS	PROYECTO EN CONJUNTO CON LA GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA Y LA HOLLAND HOUSE	CERRADO	09/22/2023	86,00	Proyecto hacia España y que fue contratado por la Cámara Holandesa, no se cumple al 100% con el cierre de reuniones, la fecha no fue la apropiada pues España estaba en vacaciones y verano lo que dificultó el cierre de reuniones
ESTUDIO DE MERCADO	09/12/2023	EQUIPO COMEX	GRUPO SATEL	INGENIERIA	DESEAN UN ESTUDIO DE MERCADO MUY COMPLETO PARA CONOCER COMO ESTÁ EL SECTOR ELECTRICO Y DE TELECOMUNICACIONES EN COLOMBIA PARA PODER INSTALARSE MAS ADELANTE	CERRADO	02/07/2024	148,00	Se envío Valoración del servicio de estudio de mercado
ESTUDIO DE MERCADO	10/03/2023	EQUIPO COMEX	GAIA	CONSULTORIA AMBIENTAL	DESEAN UN ESTUDIO DE MERCADO MUY COMPLETO	CERRADO	01/31/2024	120,00	Se envío Valoración del servicio de estudio de mercado
TAREA INTERNA	10/30/2023	SAHARAY ROA	CONSULTA JAMON CURADO Y CARNE PORCINO	CARNICOS	TAREA INFORME DE OPORTUNIDAD ESPECIFICO CARNE DE CERDO.	CERRADO	11/03/2023	4,00	Se realiza informe de oportunidad y todo ok
CONSULTA	11/01/2023	SAHARAY ROA	BRENDA JARAMILLO	HOJA DE VIDA	EN BUQUEDA DE TRABAJO, COMPARTO HV PARA TENER EN CUENTA	CERRADO	11/02/2023	1,00	Se responde sin novedad y en los tiempos establecidos
MISIÓN COMERCIAL	11/9/2023	SAHARAY ROA	JISA	PRODUCTOS DESTINADOS A LA AGRICULTURA	VIENEN COMO PARTE DE LA MISIÓN CON LA CÁMARA DE ZARAGOZA Y SE HARÁ 8 REUNIONES PRESENCIALES	CERRADO	12/20/2023	41,00	
CONSULTA	12/13/2023	SAHARAY ROA	GENWORDS	ESTRATEGIA MARKETING	QUERIAN OFRECER SU SERVICIOS PARA POSICIONAMIENTO EN LA WEB, SE LES OFRECE AFILIARSE A LA CÁMARA, YA QUE NO NOS INTERESA DE MOMENTO	CERRADO	12/14/2023	1,00	

Fuente. (Cámara oficial de Comercio de España en Colombia, 2023) Control de actividades.

Durante la práctica laboral como Asesor de Comercio Exterior, se llevaron a cabo diversas actividades y compromisos, destacando el apoyo en la organización y coordinación de misiones comerciales, tanto directas como inversas, incluyendo la elaboración de agendas y la resolución de consultas comerciales. También se desarrollaron estudios sectoriales y se realizaron presentaciones sobre el mercado español y las relaciones bilaterales, dirigidas a organismos que lo requirieron. Se alcanzó un cumplimiento del 80% al 100% de estos objetivos, brindando asesoría especializada en operaciones internacionales y apoyando a empresas tanto colombianas como españolas en su entrada al mercado. Además, se buscó optimizar los flujos comerciales, asegurar el cumplimiento normativo y mejorar la competitividad global de la organización.

6. Referencias:

- Bligh, P., & Turk, D. (2004). *CRM unplugged: Releasing CRM's strategic value*. Wiley.
- Buttle, F. (2009). *Customer relationship management: Concepts and technologies*. Elsevier.
- Cámara Oficial de Comercio de España en Colombia. (2024). *¿Quiénes somos?*
<https://camaco.es.com.co/quienes-somos/> (Recuperado el 19 de junio de 2024).
- García, C., & Ospina, A. (2012). La gestión de relaciones con los clientes: una revisión y propuestas de investigación. *Estudios Gerenciales*, 28(124), 25-36.
https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/2135/html_35
- González, J. A., & Sánchez, M. (2013). La gestión de la relación con el cliente (CRM): una aproximación desde las organizaciones del sector turístico en España. *Redalyc*.
<https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935480005.pdf>
- Greenberg, P. (2010). *CRM at the speed of light: Social CRM 2.0 strategies, tools, and techniques for engaging your customers* (4.^a ed.). McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14.^a ed.). Pearson.
- Payne, A. (2006). *Handbook of CRM: Achieving excellence in customer management*. Butterworth-Heinemann.
- Peppers, D., & Rogers, M. (1993). *The one to one future: Building relationships one customer at a time*. Currency/Doubleday.
- Pérez, J. (2024). Organigrama jerárquico vertical: estructura optimizada. Recuperado el 7 de junio de 2024, de <https://organigrama10.com/vertical/organigrama-jerarquico-vertical/>
- Pérez, J. (2024). Organigrama jerárquico vertical: estructura optimizada. Recuperado el 7 de junio de 2024, de <https://organigrama10.com/vertical/organigrama-jerarquico-vertical/>

7. Anexos

Anexo A: Cotización del Desarrollo de la Aplicación

Cotización aproximada del desarrollo de la aplicación

Descripción	Costo (COP)
Fase de planificación y análisis	\$7.500.000
Fase de diseño y prototipado	\$11.500.000
Fase de desarrollo	\$45.000.000
Fase de pruebas y depuración	\$15.000.000
Fase de lanzamiento y mantenimiento	\$7.500.000

De:

Innovatech Solutions S.A.S.

Carrera 45 #26-30, Bogotá, Colombia

Teléfono: +57 1 234 5678

Email: contacto@innovatech.com

Para:

CAMACOES

Avenida El Dorado # 68C-61, Bogotá, Colombia

Cotización aproximada del desarrollo de la aplicación

***Términos y condiciones: ***

Esta cotización tiene una validez de 30 días a partir de la fecha de emisión.