

## **Manual de funciones para la Cámara de Comercio Italiana para Colombia**

Presentado por:

Gabriela Roxana Diaz Rivas

Trabajo presentado para optar al título de  
Profesional en Negocios Internacionales

Dirigido por:

Andrés Fernando Ramírez Torres

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá DC

2022

## **Agradecimientos**

Agradezco en primer lugar a Dios, por todas las bendiciones que me ha brindado y guiarme siempre para cumplir mis sueños. A mi familia, por ser mi apoyo incondicional sin importar distancias ni fronteras, a mi padre por permitirme y brindarme todas las oportunidades, a mi madre por ser mi motor, mi fuerza y mi motivo de inspiración, a mis hermanos, mis sobrinos, mis abuelos, mis primos y tíos por estar siempre para apoyarme.

En segundo lugar, quiero agradecer a la Universidad Santo Tomás por abrirme las puertas desde el primer momento, por recibirme, formarme y regalarme momentos y experiencias que nunca olvidaré. A mis amigos en Bogotá que se convirtieron en mi segunda familia, en especial a Valentina por ser mi mejor equipo. Agradezco a mis docentes y profesores por enseñarme y guiarme durante todo el proceso, en especial al profesor Humberto Librado por acompañarme durante mi carrera y al profesor Andrés Ramírez por conducirme durante mis procesos y ser mi tutor de proyecto de grado.

Agradezco a todas las personas que me acompañaron de alguna u otra forma en este proceso y durante toda mi experiencia universitaria, gracias a todos por hacer mi recorrido ligero y feliz.

## **Resumen**

El presente trabajo se presenta como requisito para obtener el título profesional de Negocios Internacionales en la Universidad Santo Tomás, en el cual se describe un manual de funciones para los proyectos del departamento comercial de la Cámara de Comercio Italiana para Colombia, donde se desarrolló la pasantía en la ciudad de Bogotá.

A través del plan de mejora, se busca identificar las funciones que se deben ejercer durante el desarrollo de los proyectos con los que el estudiante mantuvo una relación en el transcurso del período de prácticas, además de describir algunas habilidades que deben poseer las personas que realicen estas actividades.

## Tabla de Contenido

1.	La Compañía .....	7
1.1.	Aspectos generales .....	7
1.1.1	Misión, visión y valores corporativos .....	7
1.1.1.1	Misión .....	7
1.1.1.2	Visión .....	7
1.1.1.3	Valores corporativos .....	7
1.1.2	Ubicación Geográfica .....	7 - 8
1.1.3	Estructura Organizacional .....	8
1.1.4	Departamento en que se desarrolla la práctica .....	8 - 9
1.1.5	Análisis DOFA .....	9
2.	Plan de mejora .....	10
2.1	Planteamiento central del plan de mejora .....	10
2.2	Importancia, limitaciones y alcance .....	10 - 11
2.2.1	Importancia .....	10
2.2.2	Limitaciones .....	11
2.2.3	Alcance .....	11
2.3	Objetivo general .....	11
2.3.1	Objetivos específicos .....	11
3.	Contenido plan de mejora .....	12
3.1	Propuesta plan de mejora .....	12
3.2	Desarrollo plan de mejora .....	13 - 21
3.3	Conclusiones .....	21-22
3.4	Bibliografía .....	22
4.	Seguimiento práctica profesional .....	22

4.1	Programación de actividades .....	22 - 23
4.1.1	Cumplimiento de objetivos trazados por mes.....	23 - 30
4.1.1.1	Ciclo 1 .....	23 – 24
4.1.1.2	Ciclo 2 .....	24 – 25
4.1.1.3	Ciclo 3 .....	25 – 26
4.1.1.4	Ciclo 4 .....	26 – 27
4.1.1.5	Ciclo 5 .....	27 – 28
4.1.1.6	Ciclo 6 .....	28 – 29
4.1.1.7	Ciclo 7 .....	29 – 30

## **Introducción**

La Cámara de Comercio Italiana para Colombia es un gremio de empresas del sector privado, que a través de un amplio portafolio de servicios y proyectos busca fortalecer las relaciones comerciales entre Italia y Colombia. Entre sus actividades principales destacan servicios de asesoría y consulting para las empresas que desean entrar a mercados en Italia o Colombia, ruedas de negocios sectoriales para generar relaciones comerciales de una manera ágil y eficaz, misiones comerciales para enlazar empresarios con potenciales partners entre ambos países, misiones exploratorias para que los interesados puedan tener un acercamiento con el país, sus empresas y/o instituciones, además de proyectos y eventos para sus asociados y otras Cámaras de Comercio, entidades, empresas y agremiaciones.

Durante el periodo de pasantías realizado, el estudiante observó que no existía ningún documento que recopilara y organizara adecuadamente las funciones que se deben realizar según cada proyecto o puesto de trabajo, es por ello que partió de esta necesidad identificada durante el análisis DOFA de la compañía para diseñar un manual de funciones que permitiera la correcta asignación de actividades a los empleados.

El presente trabajo surge de la descripción general de cada proyecto y busca generar un documento que sirva a la compañía para la correcta distribución de actividades y proyectos a sus empleados, de esta manera pueda evitarse la sobrecarga laboral y reducir los tiempos de ocio de los trabajadores. En medio de su realización se determinan los objetivos, limitaciones, la importancia y los alcances que se pretende. Culmina con una serie de reflexiones que pueden servir para que la entidad considere y de esta manera pueda beneficiar a sus trabajadores.

## **1. La compañía**

### **1.1 Aspectos Generales**

La Cámara de Comercio Italiana para Colombia es un gremio privado que reúne empresas colombianas e italianas que desarrollan actividades económicas entre ambos países. La entidad surgió en 1956 y es reconocida por los gobiernos de Italia y de Colombia, además trabaja de la mano con los principales actores del “Sistema Italia” en el país como lo son: Embajada de Italia, Istituto per il Commercio Estero (ICE-ITA), Agenzia Italiana per la Cooperazione e lo Sviluppo (AICS), Istituto Italiano di Cultura y forma parte de UNIONCAMERE y ASSOCAMERESTERO, la red de Cámaras de Comercio Italianas en el Exterior (Cámara de Comercio Italiana para Colombia, 2022).

#### **1.1.1 Misión, Visión y Valores Corporativos**

##### ***1.1.1.1 Misión***

La Cámara de Comercio tiene como misión fomentar las relaciones económico-comerciales y de inversión entre Italia y Colombia, además de representar al empresariado italiano en el país y promocionar la cultura del Made In Italy (Cámara de Comercio Italiana para Colombia, 2022).

##### ***1.1.1.2 Visión***

La empresa no cuenta con una visión estipulada, se enfoca en cumplir los objetivos anuales trazados y desarrollar las actividades y proyectos de la manera más eficiente posible.

##### ***1.1.1.3 Valores corporativos***

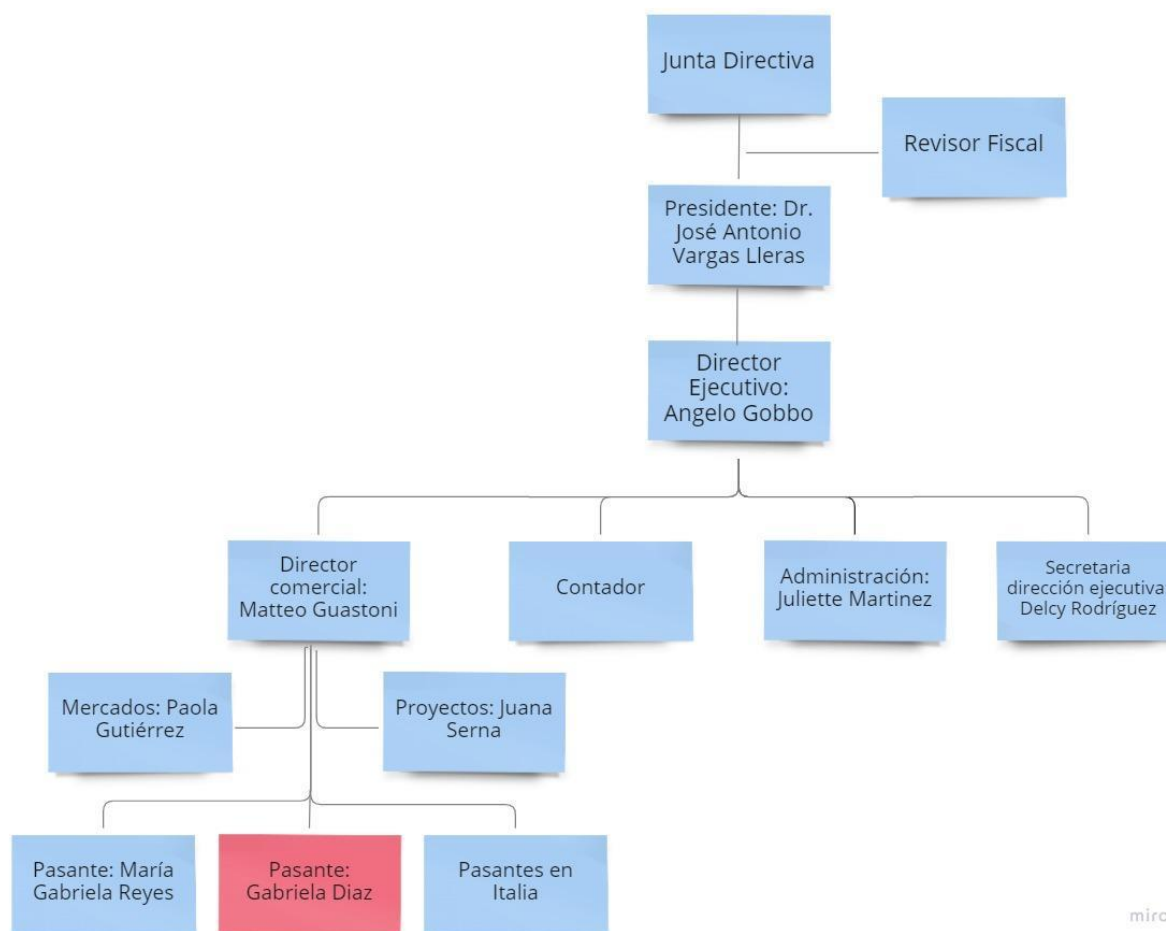
Entre los valores de la entidad se identifican el compromiso, la responsabilidad, el respeto y el liderazgo.

#### **1.1.2 Ubicación Geográfica**

La Cámara de Comercio Italiana para Colombia tiene su sede principal en la ciudad de Bogotá, cerca de la Zona T en la carrera 12a #77a-52 Edificio Montreal Center, oficinas

703 y 702, donde cuenta con una amplia red de oficinas para sus colaboradores y asociados que poseen la posibilidad de establecerse en la sede. Además, la entidad trabaja a nivel nacional con proyectos y actividades en alianzas con otras empresas y agremiaciones en el país y tiene una sede en Barranquilla en la carrera 51B #82-254, Centro Comercial Bahía.

### 1.1.3 Estructura Organizacional



Elaboración propia

### 1.1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica

La práctica se desarrolla en el departamento comercial de la Cámara de Comercio Italiana para Colombia. El departamento comercial de la entidad se encarga de realizar las actividades y proyectos esenciales de la cámara tales como prestar servicios para los

asociados, estudios de mercados, misiones comerciales, ruedas de negocios, contactos comerciales, organización y logística de eventos, entre otros.

### 1.1.5 Análisis DOFA

<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personal capacitado</li> <li>- Infraestructura bien desarrollada</li> <li>- Buena ubicación geográfica</li> <li>- Amplio portafolio de grandes y medianas empresas afiliadas</li> <li>- Amplia red de contactos y bases de datos</li> </ul>	<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Poco personal</li> <li>- Épocas de trabajo más intensas que otras</li> <li>- Falta de comunicación por parte de los jefes</li> <li>- Desorganizada división de las actividades</li> <li>- Descuido a los asociados actuales por priorizar otras actividades</li> </ul>
<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Demanda de servicios prestados</li> <li>- Interés de otros sectores en realizar proyectos y actividades conjuntas</li> <li>- Posibilidad de ampliar el portafolio de servicios y red de afiliados</li> <li>- Posibilidad de emplear practicantes</li> <li>- Reconocimiento por parte de asociaciones, empresas y gremios</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alta competencia (Cámaras de comercio nacionales, Cámaras de Comercio europeas, AmCham, ProColombia)</li> <li>- Empresarios angustiados por la situación económica de Colombia</li> </ul>

Elaboración propia

## **2. Plan de mejora**

### **2.1 Planteamiento central del plan de mejora**

Dentro de la compañía no se cuenta con un manual de funciones específicas para cada puesto de trabajo, es por ello que en ocasiones algunos de los trabajadores pueden poseer sobrecarga de actividades mientras que a la vez otros pueden estar con mucho tiempo libre o de ocio. Estos factores son determinantes para generar estrés, angustia y desmotivación a los empleados.

Con base en el análisis DOFA, el estudiante pretende realizar un manual de funciones en el departamento comercial de la empresa que pueda sintetizar las funciones que deben ser cumplidas en cada proyecto, de esta manera se realiza la división correspondiente de trabajo sin sobrecargar a los empleados, resaltando las habilidades de cada uno de estos para generar un óptimo desempeño y cumplir con todos los objetivos de la compañía.

El presente parte de la descripción de cada proyecto que se ejecuta, las funciones y actividades que se deben cumplir y algunas de las habilidades que debe poseer la persona que desempeñe el proyecto. Se desarrolló a través de la observación directa en las actividades con las que el estudiante en su periodo de prácticas tuvo alguna relación.

### **2.2 Importancia, limitaciones y alcances**

#### **2.2.1 Importancia**

La creación de este diseño de funciones específicas beneficiará a los empleados de la Cámara de Comercio Italiana para Colombia debido a que contarán con una guía para seguir las funciones que deben cumplir, de esta manera podrán desempeñar con excelencia los roles que necesarios según los objetivos planteados, del mismo modo ayudará a aliviar la sobrecarga de trabajo en algunas ocasiones de tiempo y facilitará a la compañía a la hora de dividir las tareas asignadas a cada individuo. Además, servirá de apoyo para la entidad en el momento que puedan vincular a algún nuevo trabajador para los proyectos hablados.

### **2.2.2 Limitaciones**

El flujo de trabajo que se desempeña dentro de la organización no es constante, si bien es cierto que anualmente se realizan algunos proyectos, otros trabajos que puede desarrollar la entidad se definen a lo largo del tiempo, es por ello que se tratará de abarcar la mayor cantidad de actividades posibles del departamento comercial, no obstante, no pueden suponerse proyectos que aún no existen o no se conoce si podrán volver a realizarse.

### **2.2.3 Alcances**

Dentro de una compañía es de suma importancia conocer e identificar las funciones que desempeñará cada persona y las cualidades que se deben tener para emplear y desarrollar cada proyecto, una mala organización limitará a sus trabajadores a perder en ocasiones la orientación y sentir una sobrecarga de trabajo. La correcta organización de las funciones fomentará a no generar confusiones y asignar las actividades a los individuos más adecuados para el proyecto.

## **2.3 Objetivo General**

- Generar un diseño de funciones y puestos de trabajo para la Cámara de Comercio Italiana para Colombia.

### **2.3.1 Objetivos específicos**

- Describir cada uno de los proyectos con los que tuvo relación la estudiante durante su práctica.
- Identificar las habilidades que debe tener una persona para desempeñar cada uno de los proyectos de la Cámara.
- Crear un manual de funciones que pueda ser empleado para reducir la carga laboral y mejorar el bienestar de sus trabajadores.

## **3. Contenido Plan de Mejora**

### **3.1 Propuesta plan de mejora**

El presente plan de mejora busca definir y estructurar las funciones a desempeñar para algunos de los proyectos que se realizan en la Cámara de Comercio Italiana para Colombia con los que el practicante durante su periodo mantuvo alguna relación. Debe aclararse que los descritos no son todos los proyectos que se ejecutan ni se enfocan en todas las áreas que la empresa posee, específicamente se orientan en el departamento comercial y en los proyectos donde se realizó la pasantía.

A partir de la identificación de funciones, se plantea una posibilidad de manual de funciones, desde la descripción de cada uno de los proyectos, el planteamiento y los objetivos a cumplir se identifican perfiles y cargos idóneos para llevarlos a cabo. En orden cronológico y de acuerdo con las actividades vistas durante el periodo de pasantías, algunas de las actividades más comunes e importantes de la cámara son:

- Organización y logística de eventos para los asociados de la Cámara sedes Bogotá y Barranquilla.
- Ruedas de negocios.
- Afiliación y captación de nuevos potenciales afiliados.
- Estudios de mercados.
- Observatorio.
- Proyectos con entidades y gobernaciones.
- Aula Italia.
- Artigiano in Fiera.
- Misiones comerciales.

## **3.2 Desarrollo Plan de mejora**

### **Manual de Funciones**

A continuación, se describen cada uno de los proyectos que se realizan dentro de la compañía, así como algunas habilidades que debe tener el personal para llevarlos a cabo

#### **Organización de eventos**

Periódicamente la entidad promueve eventos sociales, de networking, de capacitación, conocimiento, entre otros, para sus asociados y potenciales asociados. Dichos eventos se frecuentan principalmente en las ciudades de Bogotá y Barranquilla, por lo cual se hace fundamental la división de trabajo para que al menos una persona en cada ciudad pueda dedicarse a estos proyectos.

#### ***Funciones y responsabilidades***

- Crear el motivo y la actividad que se va a desarrollar: evento de formación, charla, desayuno, evento social, de networking, entre otros.
- Planificar detalles logísticos: escoger el tema a desarrollar, definir el día y la localización.
- Estructurar el presupuesto.
- Involucrar al menos un aliado que tenga algún tipo de relación con la Cámara (asociado, potencial asociado, entidad gubernamental, entre otros) en la organización y desarrollo del evento.
- Diseñar y cumplir con los objetivos: cuantificar la captación de nuevos asociados, promover la satisfacción de los actuales afiliados y el involucramiento de aliados.
- Contactar y supervisar a los proveedores.

- Diseñar la invitación al evento (mensaje y arte) y convocar a los invitados (afiliados y no afiliados a la Cámara).
- Asegurarse de cumplir con las condiciones pactadas el día del evento y ser anfitrión de este.
- Hacer seguimiento a los potenciales afiliados que pudieran surgir del evento.

### ***Habilidades y competencias para desarrollar la actividad***

- Organización.
- Cuidado y atención al detalle.
- Creatividad.
- Trabajo en equipo.
- Organización del tiempo.
- Capacidad de trabajar bajo presión o estrés.
- Cumplimiento.
- Comunicación eficiente.
- Creatividad e imaginación.
- Responsabilidad.

### **Ruedas de negocios**

Las ruedas de negocios son encuentros de acercamiento de empresas que desean entrar a un nuevo mercado (Colombia o Italia) con potenciales compradores que puedan estar interesados en sus productos. Normalmente estos proyectos se realizan virtualmente y se desarrollan con una persona que trabaja el lado Italia y otra que abarca el capítulo Colombia.

### *Funciones y responsabilidades*

- Realizar un estudio de partidas arancelarias que correspondan al sector en el cual se piensa desarrollar la actividad.
- Ejecutar un estudio de mercado que determine cuáles productos pueden involucrarse en la rueda de negocios partiendo de las oportunidades que se encuentren para estos.
- Comunicarse frecuentemente con los superiores para tomar las decisiones y continuar con los pasos requeridos.
- Generar bases de datos de potenciales empresas que puedan estar interesadas en el servicio tanto en Italia como en Colombia (compradores y vendedores).
- Diseñar la invitación al evento (mensaje y arte) y el formulario de inscripción.
- Difundir la invitación y convocar a los potenciales interesados (compradores y vendedores).
- Vender la actividad a los potenciales vendedores y confirmar la asistencia de los potenciales compradores.
- Cumplir con los objetivos comerciales estipulados de venta de servicios.
- Atender adecuadamente a los clientes y cumplir con sus requerimientos.
- Reunirse con los compradores y vendedores para conocer sus necesidades y poder programar encuentros acordes a sus intereses.
- Programar los encuentros comerciales dependiendo de los intereses manifestados.
- Asegurarse de desarrollar encuentros efectivos y tener posibles empresas compradoras de reemplazo en caso de ser necesario.
- Ejecutar los encuentros en las fechas establecidas para la rueda de negocios.
- Desarrollar el formulario de satisfacción y hacer el seguimiento de la actividad para los compradores y vendedores.

### ***Habilidades y competencias para desarrollar la actividad***

- Trabajo bajo presión.
- Comunicación eficiente.
- Creatividad e imaginación.
- Responsabilidad.
- Actitud comercial.
- Organización.
- Cumplimiento.
- Escucha atenta.
- Trabajo en equipo.

### **Afiliación y captación de nuevos potenciales asociados**

La Cámara de Comercio Italiana para Colombia tiene su razón de ser gracias a sus afiliados, los cuales son aquellas empresas o personas que tengan algún tipo de relación con los mercados de Italia y Colombia, pudiendo ser estas compañías extranjeras o nacionales, microempresas, multinacionales o incluso personas naturales. Estas compañías se afilian a la Cámara partiendo de alguna razón, ya sea porque desean algún servicio, han asistido a los eventos, referencias de otros asociados, entre otros. Por ser la razón de existir de la entidad se hace necesario dedicar empleados a la captación de nuevos afiliados y prestación de servicios a los actuales asociados.

### ***Funciones y responsabilidades***

- Generar y alimentar la base de datos de potenciales socios de diversos sectores económicos.

- Contactar y hacer seguimiento a través de llamadas, correos e invitaciones a eventos a los potenciales asociados.
- Reunirse con los potenciales afiliados y hacer conocer los servicios que presta la Cámara además de los beneficios de los cuales formará parte.
- Comercializar la afiliación a potenciales empresas o personas.
- Entregar el formulario de formalización de afiliación a los potenciales asociados.
- Recibir y recolectar el formulario lleno y el comprobante de pago de los potenciales asociados para mostrarlo ante la Junta Directiva.
- Informar a la empresa en el momento en que su afiliación está verificada y forma parte de la Cámara de Comercio Italiana para Colombia
- Atender, escuchar, asesorar y prestar servicios cuando los afiliados lo requieran.
- Invitar a asistir a eventos e involucrar como partners a los afiliados y potenciales afiliados.

### ***Habilidades y competencias para desarrollar la actividad***

- Actitud comercial.
- Trabajo en equipo.
- Liderazgo e iniciativa.
- Creatividad.
- Responsabilidad.
- Organización.
- Capacidad de trabajar bajo presión o estrés.
- Cumplimiento.
- Comunicación eficiente.

## **Estudios de mercados**

En ocasiones, la Cámara realiza para sus asociados estudios de mercados y publicaciones sectoriales en la sección “Observatorio económico”. Estos estudios parten de un tema en particular, se analizan las diferentes características del o de los productos y/o servicios, sus cifras en el mercado colombiano o italiano depende del caso, las oportunidades de exportarlo hacia el otro país, entre otros.

### ***Funciones y responsabilidades***

- Realizar un estudio inicial de partidas arancelarias que correspondan al sector en el cual se piensa llevar a cabo el estudio de mercados.
- Diseñar un plan de posibles puntos a tratar.
- Realizar un análisis sectorial considerando aspectos significativos como cifras de producción, competidores, cifras de exportación e importación, posición arancelaria, entre otros.
- Recolectar información de diversas fuentes de datos.
- Generar tablas, gráficas y redactar la información del informe a entregar.
- Cumplir con los tiempos estipulados.

### ***Habilidades y competencias para desarrollar la actividad***

- Trabajo bajo presión.
- Comunicación eficiente.
- Creatividad e imaginación.
- Responsabilidad.
- Organización.
- Cumplimiento.

- Trabajo en equipo.
- Conocimiento y capacidades de herramientas de investigación.

### **Proyectos con entidades y gobernaciones**

Una de las actividades a realizar dentro de la cámara son todos los proyectos y actividades que se realizan con diferentes entidades e instituciones del país, estos llevan a cabo una serie de procesos y procedimientos según las necesidades y requerimientos que se establezcan.

### ***Funciones y responsabilidades***

- Contacto previo con la persona adecuada en la entidad para ofrecer los diferentes servicios y proyectos que puedan realizarse con la Cámara.
- Reuniones paulatinas con las personas a considerar para definir el proyecto que se desea, los objetivos que deben cumplirse, las actividades a realizar, el presupuesto a establecer, el tiempo que se requerirá, entre otros.
- Comunicarse frecuentemente con los superiores de la Cámara para tomar las decisiones y continuar con los pasos requeridos.
- Brindar asistencia al ente aliado, responder a sus dudas e inquietudes, cumplir con sus requerimientos.
- Contactar a los demás entes necesarios para la realización del proyecto, ya sean estos proveedores de productos o servicios, posibles compradores, partners para la localización, transporte, alojamientos, entre otros.
- Desarrollar el proyecto, cumplir con los objetivos planteados y con los tiempos estipulados.
- Generar una retroalimentación a la entidad y mantener el contacto con la misma.

### ***Habilidades y competencias para desarrollar la actividad***

- Escucha atenta.
- Trabajo en equipo.
- Responsabilidad.
- Organización.
- Creatividad e imaginación.
- Actitud comercial.
- Cumplimiento.
- Trabajo en equipo.
- Conocimiento y capacidades de herramientas de investigación.

### **Aula Italia**

Anualmente se realiza Aula Italia, la única feria en Colombia que ofrece oportunidades académicas y laborales en Italia. Este evento es organizado por la Cámara de Comercio Italiana para Colombia junto con el apoyo de otras entidades e instituciones.

### ***Funciones y responsabilidades***

- Generar un cronograma de actividades y acciones a desarrollar.
- Identificar posibles aliados de ubicaciones para desarrollar el evento.
- Desarrollar base de datos y contactar a las posibles entidades e instituciones italianas y colombianas que podrían estar presentes en la edición además de los potenciales partners o patrocinadores en Colombia.
- Comercializar el proyecto a las instituciones y empresas colombianas e italianas.
- Confirmar la ubicación del evento y la asistencia de las instituciones.

- Diseñar y ejecutar la estrategia de comunicación, difusión, convocatoria y publicidad sobre el evento.
- Desarrollar la agenda de charlas y workshops que se llevarán a cabo.
- Contactar a los proveedores necesarios para la producción del material requerido.
- Cumplir con los objetivos y tiempos estipulados.

### ***Habilidades y competencias para desarrollar la actividad***

- Responsabilidad.
- Trabajo en equipo.
- Organización.
- Creatividad e imaginación.
- Actitud comercial.
- Cumplimiento.
- Comunicación eficiente.

### **3.3 Conclusiones**

Se evidencio durante el período de pasantías como una buena parte de los empleados desconocían en la mayoría cuales debían ser las funciones y responsabilidades por cumplir durante cada proyecto, lo cual demostraba que existía la necesidad de desarrollar un manual que resolviera estas inquietudes.

Mediante el manual de funciones se pudieron identificar las diferentes responsabilidades y habilidades con las que debe contar el personal de la entidad para llevar a cabo los diferentes proyectos. A partir de la identificación y definición de roles los empleados conocerán y trabajarán en pro de cumplir con las funciones y responsabilidades, sin desviar su atención o perder el foco. Además, tener una guía de trabajo los motivará a alcanzar los

objetivos planteados y podrán visualizar con mayor claridad la carga que posee cada uno de los proyectos. De esta manera, se evitará caer en errores y confusiones de sobrecarga de los trabajadores lo cual servirá como motivación para los mismos en la entidad.

Durante la ejecución del proyecto se pudo observar directamente la desmotivación de los empleados y la frustración de algunos empleados por tener una gran cantidad de trabajo, lo que conlleva a no saber por dónde comenzar a realizar las tareas, cuáles priorizar y frustrarse por no cumplir con todo en cortos periodos de tiempo. Una manera de motivar a los mismos puede ser mediante la correcta distribución y división del trabajo, además de otros argumentos externos como una serie de beneficios que puedan brindarse tales como flexibilidad de horarios de trabajo, opción de trabajo remoto, beneficios o descuentos para los trabajadores en las empresas afiliadas, oportunidades de crecimiento en la compañía, entre otros.

### **3.4 Bibliografía**

- Cámara de Comercio Italiana para Colombia (2022). <https://ccicolombia.com/es/>

## **4. Seguimiento práctica profesional**

### **4.1 Programación de actividades realizadas en la organización, resumen**

Durante la práctica el estudiante se enfocó en diversos trabajos del área comercial y de algunos proyectos en específico que realiza la entidad. Entre estos desarrolló estudios de mercado sectoriales sobre los sectores textil y de empaques en Colombia y sus relaciones en este sector con Italia. El estudiante trabajó en la estructura, organización y ejecución de dos ruedas de negocios de alimentos y bebidas y del sector textil con empresas italianas que deseaban ingresar al mercado colombiano y panameño. Se realizaron 146 encuentros de acercamiento comercial con 59 empresas participantes en total. Además, se apoyó el área de

afiliados a la cámara de comercio italiana con organización y ejecución de eventos corporativos como “Webinar Access2Markets la plataforma para exportar a la Unión Europea”, “Desayuno de trabajo actualización de nómina electrónica”, contactos comerciales entre asociados y con otras empresas para hacerles llegar sus productos y/o servicios, entre otros. También trabajó en una campaña de publicidad de Instagram y Google Ads para la misión exploratoria “Executive Summer School - Milano Design Week”. desarrollo de flyers y presentaciones corporativas para la empresa y sus diversos eventos y actividades. Por último, el estudiante trabajó en el proyecto Aula Italia, enfocando sus esfuerzos en la búsqueda y comercialización de patrocinios, diseño de la página web, comunicación del evento, entre otras.

#### 4.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes

##### 4.1.1.1. Ciclo 1

Fechas	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades enfrentadas
17 - 21 enero	Inducción a la empresa, revisión de documentos guía y plataformas	Comprender la organización, su estructura y actividades	Desconocimiento de empresas afiliadas y de los eventos
24 - 28 enero	Realización investigación y análisis sector textiles	Conocimiento del sector, aplicación de plataformas	Dificultades para usar las plataformas
31 enero - 4 febrero	Webinar “Access 2 Markets: la plataforma para exportar a la Unión Europea”. Diseño de flyer	Satisfacción de los resultados obtenidos, conocimiento del uso de la plataforma	Desconocimiento sobre la preparación de eventos

	y convocatoria. Análisis de partidas arancelarias de insumos y equipos médicos	Aprendizajes adquiridos	Desconocimiento del sector y los términos
7 - 11 febrero	Introducción a las ruedas de negocios  Elaboración y difusión del calendario semestral de actividades para los asociados	Aprendizajes adquiridos acerca del servicio y el proceso para realizarlo  Identificar algunos de los eventos y la periodicidad en la que se realizan	Ninguna  Desconocimiento de los colores de los materiales audiovisuales en la entidad
14- 18 febrero	Estudio de mercados de la rueda de negocios Food & Wine	Puesta en práctica de Treid para aprender a usarla correctamente	Dificultades para la realización por errores de la plataforma

#### 4.1.1.2. Ciclo 2

Fechas	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades enfrentadas
21 -25 febrero	Estudio sectorial packaging  Diseño de flyer, convocatoria y Google Forms para la rueda de	Conocimiento del sector, uso de las herramientas  Desarrollo de habilidades comunicativas	Falta de concentración por otras actividades  Falta de creatividad

	negocios Food & Wine		
28 febrero - 11 marzo	Elaboración base de datos rueda de negocios Food & Wine	Satisfacción por la receptividad de algunas grandes empresas	Dificultad de la respuesta de algunas empresas
14 - 18 marzo	Difusión de la invitación rueda de negocios Food & Wine	Satisfacción por la receptividad de algunas grandes empresas.	Problemas con algunos contactos obtenidos

## 4.1.1.3. Ciclo 3

Fechas	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades enfrentadas
21 - 25 marzo	Difusión de la invitación rueda de negocios Food and Wine	Satisfacción por la receptividad de algunas grandes empresas	Problemas con algunos contactos obtenidos porque estaban erróneos
28 marzo - 1 abril	Encuentros B2B: Rueda de negocios dispositivos médicos Organización y ejecución “Desayuno de Trabajo: Actualización de nómina electrónica”	Aprendizajes obtenidos sobre el sector Aprendizajes obtenidos sobre el sector, satisfacción personal	Manejo del estrés y angustia Baja receptividad de los participantes, manejo del estrés y angustia
4 - 15	Contacto y reuniones con	Desarrollo de actitud	Retrasos por

abril	empresas colombianas, rueda de negocios Food and Wine	comercial, manejo de paciencia y adquisición de conocimientos	reprogramación de reuniones
-------	---	---	--------------------------------

## 4.1.1.4. Ciclo 4

Fechas	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades enfrentadas
18 - 22 abril	Matchmaking y agenda de encuentros Rueda de negocios Food & Wine.  Campaña publicitaria Executive Summer School - Milano Design Week.	Desarrollo eficiente de la agenda  Publicación de la campaña.	Ninguna  Desconocimiento del funcionamiento de las plataformas
25 - 29 abril	Encuentros B2B: Rueda de negocios Food & Wine	Satisfacción personal, felicitaciones por parte de las empresas	Retrasos en las reuniones, reprogramación
2 - 6 mayo	Encuentros B2B: Rueda de negocios Food & Wine  Elaboración presentación Foro Económico Italia - Caribe Colombiano	Satisfacción y felicitaciones	Ninguna  Trabajo bajo presión, manejo del estrés
9 - 13 mayo	Análisis de partidas arancelarias de autopartes y	Aprendizajes adquiridos	Desconocimiento del sector y los términos

	motopartes		
--	------------	--	--

## 4.1.1.5 Ciclo 5

Fechas	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades enfrentadas
16 - 20 mayo	Elaboración presentación Oportunidades en Italia - EUROCÁMARAS Elaboración base de datos rueda de negocios sector Textil	Puesta en práctica del uso de las plataformas, aprendizajes adquiridos Satisfacción por la receptividad de algunas grandes empresas	Ninguna  Dificultad de respuesta de algunas empresas
23- 27 mayo	Diseño y elaboración de la programación para la Executive Summer School - Milano Design Week. Difusión de la invitación rueda de negocios sector Textil	Satisfacción y felicitaciones, creatividad  Satisfacción por la receptividad de algunas grandes empresas	Trabajo bajo presión, manejo del estrés  Problemas con algunos contactos obtenidos
30 - 3 junio	Difusión e invitación al Webinar Artigiano in Fiera. Diseño flyer “Desayuno de Trabajo: Marketing Consciente”	Alta receptividad y buenos resultados. Desarrollo de habilidades comunicativas	Ninguna  Falta de creatividad

6 - 10 junio	Elaboración plan de Trabajo Aula Italia  Presentación rueda de negocios sector textil a empresas colombianas  Estudio de factibilidad rueda de negocios sector textil empresas italianas	Organización del trabajo  Desarrollo de actitud comercial  Desarrollo de habilidades comerciales	Desconocimiento de todos los procesos a realizar.  Retrasos por reprogramación de reuniones  Dificultad para encontrar empresas acordes a lo que requerían
13 - 17 junio	Reuniones con empresas italianas y colombianas para la Rueda de Negocios Textiles  Cotizaciones y presupuestos para propuestas de patrocinios Aula Italia	Desarrollo de actitud comercial, manejo de paciencia y adquisición de conocimientos  Desarrollo de actitud comercial	Retrasos por reprogramación de reuniones  Ninguna

## 4.1.1.6 Ciclo 6

Fechas	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades enfrentadas
20 - 24 junio	Organización encuentros de negocios rueda textil  Portafolio de patrocinios	Desarrollo eficiente de la agenda  Desarrollo del portafolio	Ninguna  Falta de creatividad

	Aula Italia.		
27 - 1 julio	Desarrollo rueda de negocios sector textil  Base de datos patrocinadores Aula Italia	Satisfacción personal, felicitaciones  Buena receptividad de grandes empresas	Retrasos y reprogramación  Dificultad de respuesta de algunas empresas
4 - 8 julio	Base de datos patrocinadores  Desarrollo landing page Aula Italia	Buena receptividad de grandes empresas  Conocimiento de la plataforma	Dificultad de respuesta de algunas empresas  Falta de creatividad,
11 - 15 julio	Envío de oportunidades de patrocinios  Desarrollo landing page Aula Italia	Agilidad de realizar envíos masivos  Conocimiento de la plataforma	Muy baja receptividad, desmotivación  Falta de creatividad

## 4.1.1.7 Ciclo 7

Fechas	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades enfrentadas
1 - 5 agosto	Envío de oportunidades de patrocinios  Desarrollo landing page Aula Italia	Agilidad de realizar envíos masivos  Conocimiento de la plataforma	Muy baja receptividad, desmotivación  Falta de creatividad
8 - 31	Cotizaciones estrategia de		

agosto	comunicación Aula Italia Trabajo comercial patrocinadores Aula Italia	Desarrollo de actitud comercial	Baja receptividad de respuestas
15 - 31 agosto	Trabajo comercial patrocinadores Aula Italia	Desarrollo de actitud comercial	Baja receptividad de respuestas