

OPTIMIZACIÓN EN EL TIEMPO DE BUSQUEDA DE INFORMACIÓN PARA LAS  
GESTIONES COMERCIALES DE LA CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA  
COLOMBO CHILENA

CINDY LORENA CAÑON RUBIANO

PROYECTO DE GRADO

ASESORAS:

LAURA ANDREA CRISTANCHO

MARIA GABRIELA RAMOS

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO  
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTÁ D.C

2020

## Contenido

<b>Introducción.....</b>	<b>2</b>
<b>Descripción de la Empresa .....</b>	<b>3</b>
<b>Estructura Organizacional .....</b>	<b>5</b>
<b>Afiliados de la CCC.....</b>	<b>5</b>
<b>Portafolio de Servicios.....</b>	<b>6</b>
<b>Planteamiento Problema.....</b>	<b>8</b>
<b>Enunciado del Problema .....</b>	<b>9</b>
<b>Funciones para el Mejoramiento .....</b>	<b>9</b>
<b>Propuesta de Mejoramiento .....</b>	<b>11</b>
<b>Tabla Maestra 1.....</b>	<b>12</b>
<b>Tabla Maestra 1.1.....</b>	<b>13</b>
<b>Encuesta Dirigida a los Profesionales Comerciales.....</b>	<b>13</b>
<b>Preguntas.....</b>	<b>14</b>
<b>Resultados Y Análisis.....</b>	<b>15</b>
<b>Actores Involucrados en el Proceso de Mejora.....</b>	<b>20</b>
<b>DOFA.....</b>	<b>21</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>22</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>23</b>
<b>Lista de Figuras .....</b>	<b>23</b>

## **Introducción**

En los negocios internacionales es de suma importancia que los empresarios, así como también las empresas conozcan a fondo el ambiente internacional que los rodea, esto con el fin de crear nuevas estrategias de crecimiento empresarial para llegar a nuevos mercados y así tener un posicionamiento de marca que genere nuevas oportunidades de negocios. En la etapa de inicio de la negociación es importante tener una red amplia de contactos internacionales, esta consiste en la creación de una base de datos de contactos netamente empresariales que proporcione mayores posibilidades para concretar negocios de una manera más ágil dándose a conocer en el mercado internacional. En la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena se efectúan y concretan reuniones empresariales a través de los profesionales comerciales, estas reuniones cuentan con dos actores participantes, el primero hace referencia a los empresarios que desean realizar en primera fase un acercamiento comercial, presentación de portafolio de servicios y creación de contacto, el segundo actor son los profesionales comerciales quienes cumplen la función de intermediarios atendiendo cualquier necesidad o requerimiento por parte de los empresarios.

El presente proyecto tiene como fin establecer una estrategia para crear una red amplia de contactos empresariales que será de apoyo para el área comercial de la Cámara Colombo Chilena, esta beneficiará la gestión comercial que hace cada profesional de acuerdo con las empresas afiliadas a cargo. En primer lugar, se expondrá todo lo relacionado a esta organización seguido por el planteamiento problema donde se brindará una propuesta de mejoramiento teniendo en cuenta la opinión de cada profesional comercial, esto con el fin de analizar los factores que influyen al momento de la recopilación de información de contactos. Según los resultados, se realizará un análisis por pregunta junto con el modelo DOFA para brindar una propuesta de mejoramiento más robusta que permita generar eficiencia en la gestión comercial.

## **Descripción de la Empresa**

La Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena inicia sus actividades en 2009 siendo una organización gremial, sin ánimo de lucro, que tiene como fines primordiales promover, fomentar y fortalecer las relaciones comerciales y la inversión de empresas chilenas y colombianas en ambos países (Cámara de comercio e industria Colombo Chilena, 2020). Esta organización impulsa el desarrollo tanto en la parte social como económica de los dos países miembros por medio de alianzas estratégicas, empresariales y de innovación, centrándose en el segmento de comercio e inversión esto con el fin de generar valor agregado para la dinámica del mercado internacional. Según la clasificación industrial internacional uniforme adaptada para Colombia (CIU) la Cámara Colombo Chilena desarrolla actividades de consultaría de gestión donde se le asigna número de industria 7020 (DANE, 2020).

La Cámara Colombo Chilena trabaja arduamente en la búsqueda de convertirse en el canal más efectivo a través del cual se puedan transmitir positivamente los intereses de empresarios chilenos en Colombia y de empresarios colombianos en Chile además de una amplia variedad de contactos de alto nivel de las empresas en los países que conforman la Alianza del Pacífico. Todo esto es posible gracias a un equipo de trabajo con conocimiento profundo del medio, que cuentan con habilidad de comunicación asertiva, forma de trabajo recursiva, dinámica y responsable.

Es importante resaltar que el equipo de trabajo de la CCC desde que inició sus actividades en el mercado ha optado por tener un equipo de trabajo conformado por practicantes de distintas universidades del país incluyendo practicantes de universidades situadas en Chile, que hoy en día hacen parte oficial del equipo de trabajo de la Cámara Colombo Chilena logrando cargos como subdirectores, directores y coordinadores.

El equipo de trabajo está organizado de tal manera que su jerarquía influya positivamente a la gestión interna y externa entre trabajadores. La persona encargada de dirigir toda la organización es el Presidente Ejecutivo, seguido por la Subdirectora Ejecutiva, quien se encarga de las misiones comerciales que se realizan en Chile y todos los temas de relación con ese país, en el siguiente nivel del organigrama se encuentran los Directores de las cuatro áreas en las que se divide la CCC (Comercial, Inversiones y Nuevos Negocios, Comunicaciones y Mercadeo, Contabilidad), el representante de cada área esta encargado de coordinar todas las actividades y gestiones según se las solicite. El foco de este trabajo se centra en el Área Comercial donde la directora y coordinar comercial se encarga de hacer la búsqueda de empresas con el objetivo de que se afilien a la Cámara, junto a este proceso se encuentran los practicantes universitarios nombrados con el cargo de Profesionales Comerciales, en donde desempeñan una gestión comercial para cada empresa que se le asigne. Estas son las funciones principales que desarrollan los profesionales comerciales (practicantes):

- Brindar soporte al área comercial en la coordinación de agendas de reuniones en Chile y Colombia.
- Realizar investigaciones comerciales y/o económicas, para la definición de servicios de bases de datos o agendas de negocio, y en general información requerida para fines empresariales y de comercio.
- Brindar soporte al área comercial en la coordinación y organización de misiones comerciales y/o conferencias.
- Prospección e investigación de la economía y normatividad empresarial Chile – Colombia.
- Brindar soporte a los clientes y afiliados por medio de la plataforma ORUSDATA

**Estructura Organizacional**

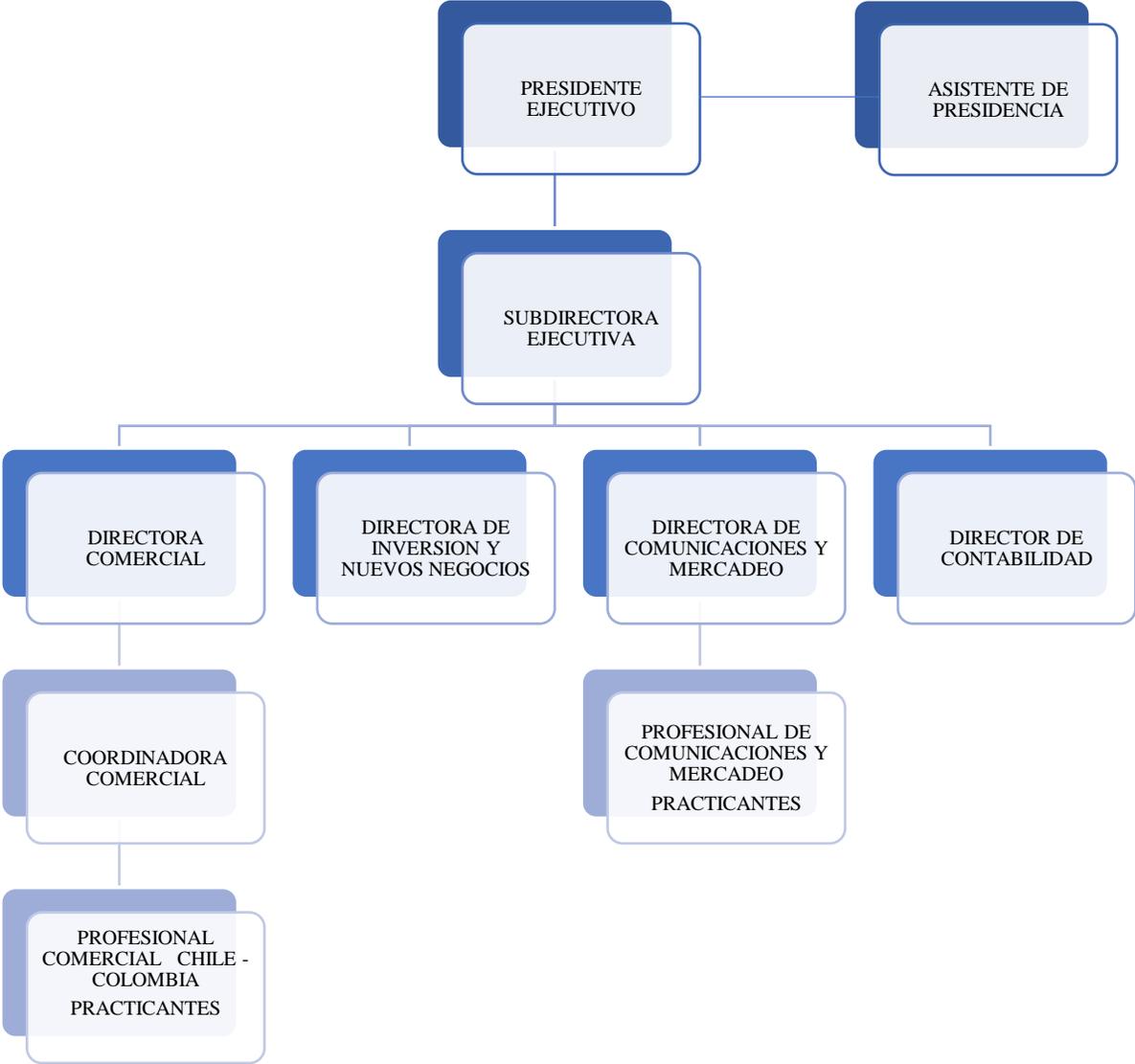


Figura 1. Estructura Organizacional (2020). Elaboración Propia

**Afiliados de la CCC**

El número de empresas afiliadas a la CCC asciende a más de 120, cada empresa escoge un plan de trabajo según sus necesidades. Estas se ubican en sectores de la economía como el tecnológico, construcción, salud, educación, jurídico entre otros. Los afiliados a esta organización se dividen en tres grandes grupos, tanto para Colombia y Chile:

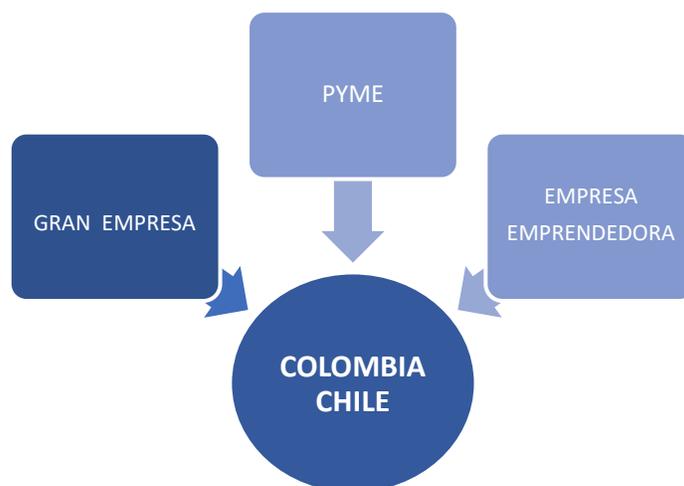


Figura 2. Grupo de Afiliados. Elaboración Propia

## Portafolio de Servicios

La CCC presta una gran variedad de beneficios y ventajas a los afiliados por medio de los servicios que ofrece, principalmente el contacto totalmente directo con empresarios de altos cargos de decisión como los son; el presidente, vicepresidente, gerente, director y jefe tanto de empresas afiliados o no afiliadas, logrando en primera fase un acercamiento comercial, seguido de una presentación de portafolio o servicio y finalizando con una creación de contacto. A continuación, se describe una lista de los servicios empresariales que presta la CCC:

- Agendamiento de Reuniones: Oportunidades de negocio con los contactos de altos cargos de decisión de cada una de las dos empresas representantes.
- Bases de Datos: Información requerida por el afiliado sobre cualquier sector de empresas colombianas y chilenas brindando una entrega ágil y verídica.
- Apoyo Empresarial: Brindar asesoría en temas legales, contables, financieros y

administrativos para la constitución de una nueva empresa.

- Misiones Empresariales: Contacto directo con compañías colombianas y chilenas para generar oportunidades de negocios por medio de un agenda presencial o virtual.
- Asesoría Comercial: Información relacionada a temas de comercio exterior e internacional que sirve de ayuda a los afiliados de la Cámara Colombo Chilena.
- Representación Gremial: Apoyo y gestión ante autoridades regulatorias, gubernamentales, locales y regionales.
- Sala de Juntas: Espacio físico especializado con todas las herramientas necesarias para llevar a cabo reuniones entre empresarios.
- Acceso a Presentaciones: Visualizar y descargar todas las presentaciones de eventos realizados por la organización teniendo un acceso fácil de la información.
- Boletín: Difusión sobre los eventos o actividades que realizan las empresas afiliadas con el objetivo de llegar a una gran lista de posibles contactos.
- Newsletter: Noticias actualizadas sobre comercio exterior y negocios internacionales de los dos países miembros.
- Producción y Organización de eventos: Eventos con altos estándares de calidad que organiza la Cámara Colombo Chilena brindando una experiencia fructífera para los afiliados.
- Dirección Tributaria y Comercial: Brindar un domicilio donde recibir correspondencia o documentación.
- ORUSDATA: Plataforma tecnológica actualizada constantemente con información de contactos de alto nivel de las empresas en los países que conforman la Alianza del Pacífico

## **Planteamiento Problema**

Durante el segundo semestre del 2020, la CCC contrato a 10 practicantes para desempeñarse en el área comercial y 3 practicantes para desempeñarse en la gestión de la plataforma OrusData. La gestión que se realiza en el área comercial depende en gran medida si una empresa afiliada a la Cámara continúa o no con los servicios, dado que una buena gestión agrega confiabilidad a la empresa afiliada por parte de la Cámara para una posterior renovación del plan adquirido. La gestión comercial que realiza cada practicante con las empresas que se les asigna, se basa en identificar y gestionar oportunidades de negocios por medio de encuentros presenciales o virtuales entre empresarios de diferentes empresas de cualquier rubro, ciudad o país. Todo este proceso es gestionado de acuerdo con las indicaciones de la directora y coordinadora comercial donde se buscan empresas prospectos para cada gestión realizando el levantamiento de información de contactos para posibles acercamientos comerciales, presentación de portafolio y creación de contacto.

Por lo anterior, es necesario realizar una gestión asertiva, oportuna y cumpliendo con los tiempos requeridos para cada afiliación (6 meses). Para lograr una gestión exitosa y sin exceder el periodo de afiliación es importante una optimización en el tiempo de búsqueda que realizan los profesionales comerciales al momento de hacer gestión con cada empresa. Para poder lograr esto, es fundamental que toda la información de base de datos y contactos que maneja cada profesional comercial sea compartida con sus compañeros de trabajo con el fin de tener una consolidación de la información en un solo documento y no desperdiciar tiempo de búsqueda en fuentes externas o preguntando a los demás profesionales si cuentan con la información requerida, dado que se afecta la gestión para las dos partes en cuanto al tiempo de investigación, sin tener la certeza de que esta búsqueda será efectiva.

## **Enunciado del Problema**

¿Optimizar el tiempo de búsqueda de información de contactos que realizan los profesionales ayudara a una mejora en la gestión comercial con las empresas afiliadas?

## **Funciones para el Mejoramiento**

Para dar inicio con el plan de mejoramiento, se tiene que hacer la recopilación de todas las bases de datos que manejan los profesionales comerciales con cada empresa, estos listados de empresas son proporcionados por parte del representante o contacto activo de la empresa afiliadas y también en ocasiones son creados por cada profesional según los requerimientos y necesidades que el afiliado solicite para el acercamiento comercial. Además de la recopilación de base de datos, se suma la recopilación de contactos de cada empresa con los cuales se tuvo acercamiento comercial y se obtuvo respuesta ya sea de confirmación de conferencia, de no estar interesados en la solicitud o de direccionamiento de área.

Gran parte de esta búsqueda de empresas y contactos prospectos es por medio de ORUSDATA, esta es una plataforma tecnológica de contactos de alto nivel de las empresas en los países que conforman la Alianza del Pacífico, que cuenta con una gran cantidad de información actualizada. Cada empresa registrada en la plataforma cuenta con información relacionada al nombre, industria, teléfono y país al que pertenece, los contactos cuentan con información relacionada al nombre de la persona, cargo, correo corporativo y perfil de LinkedIn. Esta herramienta es la fuente de información más completa con la que cuentan los afiliados a la CCC.

Ejecutando la primera función planteada se da continuidad con la segunda fase del plan de mejoramiento, se deben clasificar todas las empresas que se encuentran suministradas en las

bases de datos que los profesionales comerciales gestionan, esta clasificación se realizara de acuerdo con el sector al que pertenece. Según el DANE, en el caso de Colombia, las aportaciones de los sectores económicos de Colombia al PIB es la siguiente, por orden de mayor a menor: sector financiero (20%), sector de servicios (15,3%), sector de comercio (12%), sector industrial (8,3%), sector de minería y petróleo (8%), sector de la construcción (6,9%), sector agrícola (6%) y sector de la electricidad y el gas (2,6%) (Mitjana, 2019). Según lo anterior, estos son algunos de los sectores que se tendrán en cuenta al momento de consolidar la información. Se realizará una encuesta a los profesionales comerciales, con el objetivo de saber cuáles son los 5 sectores de la economía que frecuentan en sus gestiones comerciales, para poder suministrar la información de la manera más ordena y eficiente. Adicionalmente en cada sector se va a especificar que rubros y actividades competen a dicho sector.

Para complementar la segunda fase del plan de mejoramiento, se realizará la recopilación de datos de cada empresario que dio respuesta a el correo de solicitud de conferencia, dado que en la respuesta por lo general aparece la firma del contacto con datos como: nombre completo, cargo, correo y teléfono personal. Estos datos serán suministrados en el documento mencionado para el plan de mejoramiento, así como se realizará la clasificación de las empresas según el sector, los contactos recolectados también se clasificarán según el área de trabajo al que pertenece cada empresario, esto con el fin de tener una información más exacta y accesible al momento de realizar la búsqueda, algunas de estas áreas serán: comercial, financiera y tecnológica. Estas dos clasificaciones ayudarán de manera significativa a los profesionales comerciales de la CCC, reduciendo tiempo de búsqueda tanto de empresas como de contactos ya que estos no tendrán que pasar por un proceso de validación dado que fueron recolectados directamente de las respuestas de los correos y verificados con la firma.

La última fase de este plan de mejoramiento se centra en la elaboración del documento donde se consolidará la información, este tendrá como nombre “TABLA MAESTRA”. Todos los profesionales comerciales, así como la directora y coordinadora comercial tendrán acceso al drive que se creará para esta gestión, este estará estructurado de tal forma que sea muy intuitivo y sencillo de gestionar al momento de tener datos para ingresar. La directora y coordinadora estarán al tanto de la gestión que se realice, verificando que la información este correctamente diligenciada de acuerdo con los criterios de clasificación según el sector económico y área de trabajo del contacto. Los profesionales comerciales deberán actualizar la información todos los viernes según la gestión realizada durante la semana, con el fin de iniciar la siguiente semana con una información actualizada para las gestiones comerciales que cada uno tenga que realizar, obteniendo resultados óptimos.

### **Propuesta de Mejoramiento**

Encontrar la mejor forma de realizar una tarea o actividad de manera efectiva y en el menor tiempo posible ayudara a maximizar el valor de la empresa en terminos de productividad laboral, por esto es importante que todos los profesionales comerciales suministren la información que tienen de sus diferentes gestiones comerciales en la Tabla Maestra , con el objetivo de que esta información sea visible para todos y sea de gran ayuda al momento de hacer la investigación de empresas y contactos prospecto.

La división clásica de los sectores económicos de Colombia se divide en primario, secundario y terciario en ese orden corresponden al agrícola, industrial y de prestación de servicios, adicionalmente según el tipo de actividad económica de estos tres sectores

anteriormente mencionados pasan a ser nueve sectores: transporte, financiero, comercio, construcción, sector minero energético y el de comunicaciones. Según lo anterior estos nueve sectores se reducirán a cinco según los resultados que arroje la encuesta que posteriormente se mencionará a más detalle.

## Tabla Maestra 1

Figura 3. Tabla Maestra 1. Elaboración Propia

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	<b>TABLA MAESTRA</b>									
2	<b>N°</b>	<b>EMPRESA</b>	<b>PÁGINA WEB</b>	<b>CONTACTO</b>	<b>CARGO</b>	<b>CORREO</b>	<b>TELÉFONO</b>	<b>ÁREA</b>	<b>FECHA DE RESPUESTA</b>	<b>RESPONSABLE</b>

De esta manera estará organizado el archivo de Drive que manejaran los profesionales comerciales de la CCC. A continuación, se hará una explicación de cada celda:

- N°: Cantidad de empresas ingresadas por parte de los profesionales comerciales, se planteará una meta de ingreso de empresas por semana.
- Empresa: Nombre de la empresa con la cual se tuvo acercamiento comercial y se recibió respuesta de cualquier tipo.
- Página web: Enlace de acceso a la página web de la empresa, en caso de no tener se coloca no aplica (N/A)
- Contacto: Nombre completo de la persona que dio respuesta al correo de solicitud de conferencia este incluye respuesta como; aceptan conferencia, no están interesados, direccionamiento a el área encargada, entre otras.
- Cargo: Nombre del cargo que desempeña la persona, este será extraído de la firma personal que está en el correo de respuesta.

- Correo: Ingresar el correo corporativo que da respuesta, no se incluyen correos personales.
- Teléfono: El que indica en la firma, este con el fin de tener un mejor acercamiento comercial dado el caso que se presente contacto directo.
- Área: Área de trabajo al que pertenece cada empresario según su cargo desempeñado en la compañía.
- Fecha de respuesta: Ingresar el día, mes y año de acuerdo con la respuesta que dio el empresario, esto con el fin de no saturar al cliente.
- Responsable: Nombre del profesional a cargo de la empresa que ingreso al Drive

### **Tabla Maestra 1.1**

*Figura 4. Tabla Maestra 1.1. Elaboración Propia*



De esta manera estará organizado el archivo según el tema que compete a los sectores económicos a trabajar, para tener la información organizada cada sector estará en una pestaña diferente y contará con el mismo formato de la Figura 3.

### **Encuesta Dirigida a los Profesionales Comerciales**

La siguiente encuesta está dirigida a los 10 profesionales comerciales que están activos en la CCC, desempeñando actividades en el área comercial. Las preguntas están estructuradas de tal forma que tengan relación con el plan de mejoramiento, además se quiere tener un contacto directo con cada profesional comercial y saber a exactitud su gestión en la CCC.

## Preguntas

Esta encuesta consta de 8 preguntas y los resultados obtenidos son de uso exclusivo académico.

1. ¿Cómo valoraría su desempeño al utilizar la plataforma ORUSDATA en gestiones comerciales para la extracción de contactos? Teniendo en cuenta que 1 es Pésimo y es 10 Óptimo.

Pésimo					Óptimo				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. ¿La información suministrada por la plataforma ORUSDATA le ha ayudado con su gestión comercial con contactos 100% confiables? Respuesta Si o No y agregar comentario

SI	NO	AGREGAR COMERNTARIO
----	----	---------------------

3. ¿Usted comparte con los otros profesionales comerciales la información de base de datos que le suministra la empresa afiliada o la base de datos que usted crea de manera autónoma para mejorar las gestiones comerciales entre el grupo de trabajo? Respuesta Si o No y agregar comentario

SI	NO	AGREGAR COMERNTARIO
----	----	---------------------

4. ¿Por mes cuantas BD aproximadamente usted maneja en sus gestiones comerciales?

<b>A</b>	De 1 a 5	<b>B</b>	De 5 a 10	<b>C</b>	De 10 a 15	<b>D</b>	De 15 a 20
----------	----------	----------	-----------	----------	------------	----------	------------

5. ¿Por mes cuantas empresas prospecto aproximadamente usted maneja en sus gestiones comerciales?

<b>A</b>	De 10 a 50	<b>B</b>	De 50 a 100	<b>C</b>	De 100 a 150	<b>D</b>	De 150 a 200
----------	------------	----------	-------------	----------	--------------	----------	--------------

6. ¿Por semana cuantos contactos le responden el correo de solicitud de conferencia sin tener en cuenta el tipo de respuesta?

<b>A</b>	De 1 a 5	<b>B</b>	De 5 a 10	<b>C</b>	De 10 a 15	<b>D</b>	De 15 a 20
----------	----------	----------	-----------	----------	------------	----------	------------

7 ¿Cuáles son los 2 principales sectores económicos en los cuales usted basa su búsqueda según los requerimientos de los afiliados?

<b>A</b>	Agrícola	<b>B</b>	Industrial	<b>C</b>	Tecnológico
<b>D</b>	Transporte	<b>E</b>	Financiero	<b>F</b>	Comercio
<b>G</b>	Construcción				

8. ¿Cree usted que con una base de datos de empresas que estarán divididas por sector económico y que cada una de las empresas contara con uno o más contactos 100% confiables para el acercamiento comercial, le ayudara a la mejora en su gestión comercial con las empresas afiliadas y le reducirá el tiempo de búsqueda en fuentes externas? Respuesta Si o No y agregar comentario

SI	NO	AGREGAR COMERNTARIO
----	----	---------------------

## Resultados Y Análisis

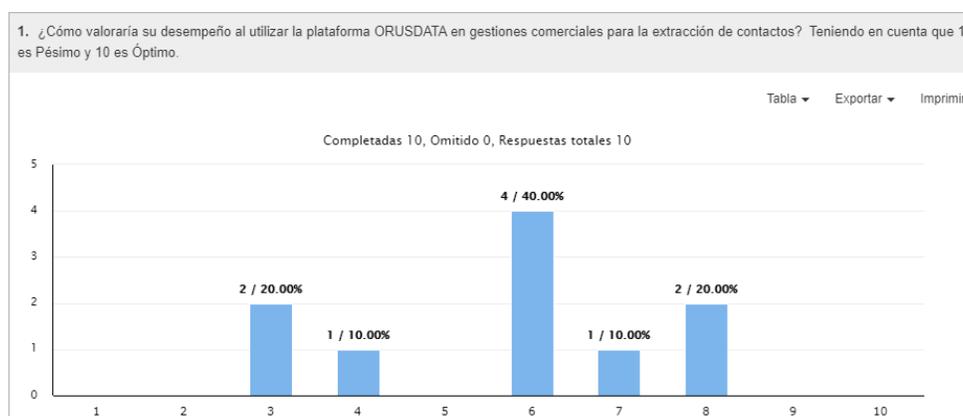


Figura 5. Pregunta 1. Elaboración Propia

La plataforma ORUSDATA cuenta con una gama bastante amplia de contactos, al ser utilizada para la extracción de información para las gestiones comerciales se evidencia que, 7 encuestados presentan resultados medianamente positivos dado que esta es nuestra principal fuente de información, sin embargo, los 4 encuestados restantes no están tan conformes con el desempeño de la plataforma ya que no tienen la certeza de que esta información sea verídica o útil. Cabe aclarar que ningún encuestado respondió que está totalmente satisfecho con la plataforma (respuesta 9 o 10).

2. ¿La información suministrada por la plataforma ORUSDATA le ha ayudado con su gestión comercial con contactos 100% confiables? Respuesta Si o No y agregar comentario

Completadas 10 Ordenar Recuento total Búsqueda Descarga Texto Descarga Excel

No.	Respuesta de texto	Respuesta completa
1	No, en muchos casos no está verificado el correo o no existe	
2	Si, algunas veces. No siempre funcionan los correos	
3	Si, pero también hay muchos contactos desactualizados y correos erróneos.	
4	no, muchas veces los correos rebotan o los cargos están mal	
5	Si	
6	No siempre puesto que algunos contactos están desactualizados o rebotan los correos.	
7	No es confiable la plataforma en un cien por ciento, tiene varios errores y eso es un problema tanto para los del área comercial como para las empresas que adquieren este servicio al saber que no es una plataforma del todo verídica.	
8	no, la verdad la plataforma tiene muchos errores, por ende no es 100% confiable ni efectiva	
9	No, algunos de los contactos están mal	
10	No, se deben tocar muchos contactos hasta llegar al que contesta	

Figura 6. Pregunta 2. Elaboración Propia

Los contactos 100% confiables hacen referencia a contactos que sean válidos, activos y del cual se ha recibido respuesta anteriormente. Frente a los resultados obtenidos, 7 encuestados respondieron que “NO” son totalmente confiables y la razón global es debido a que los contactos rebotan, no son verídicos o están desactualizados, 2 encuestados indicaron que en ocasiones “SI” le has sido útil sin embargo también tienen la postura de los otros 7 profesionales y para concluir 1 encuestado respondió que “SI” pero este no presenta argumentos.

3. ¿Usted comparte con los otros profesionales comerciales la información de base de datos que le suministra la empresa afiliada o la base de datos que usted crea de manera autónoma para mejorar las gestiones comerciales entre el grupo de trabajo? Respuesta Si o No y agregar comentario

Completadas 10 Ordenar Recuento total Búsqueda Descarga Texto Descarga Excel

No.	Respuesta de texto	Respuesta completa
1	Si, debido a que en muchos casos es de gran ayuda	
2	Si, algunas veces nos es fácil encontrar los datos de las personas	
3	No, sólo cuando me lo piden	
4	si, por lo general les ayudo si tengo la información que necesitan	
5	Si	
6	Si cuando hay la necesidad de un contacto comercial que pueda tener ya confirmado alguno de mis compañeros.	
7	Si, considero que la ayuda entre compañeros siempre es buena, siempre siendo justos y reconociendo el esfuerzo de todos, no de unos pocos.	
8	si, claro que sí. No hay mejor lugar donde se trabaje en equipo para ayudarnos los unos con los otros	
9	No, debido a que cuenta las reuniones individualmente	

Figura 7. Pregunta 3. Elaboración Propia

Los resultados en la pregunta 3 presentan una similitud en 7 respuesta, los profesionales manifiestan que es de gran ayuda compartir información de contactos según las solicitudes de los compañeros, sin embargo, esto solo se hace si alguno lo requiere de lo contrario cada base de datos de empresas y contactos no es compartida en su totalidad son las demás personas del equipo de la Cámara Colombo Chilena.

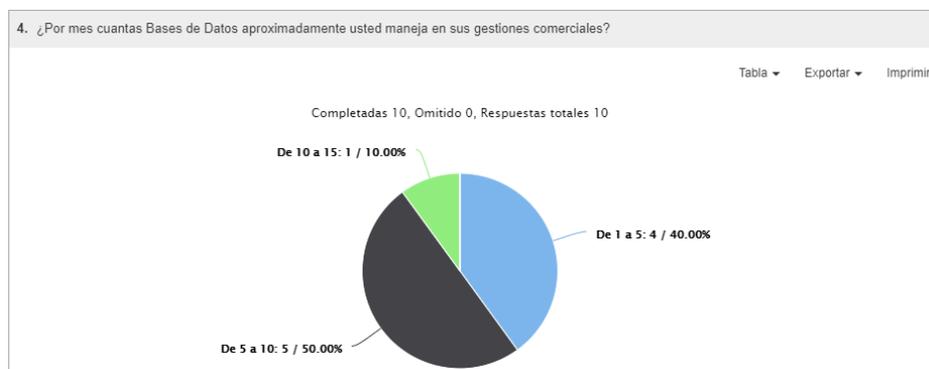


Figura 8. Pregunta 4. Elaboración Propia

La gestión que realiza cada profesional comercial depende en gran medida en el número de empresas afiliadas que tiene a cargo. Según los resultados de la pregunta 4, la cuarta parte de los encuestados manejan entre 1 a 5 BD, 5 de ellos manejan entre 5 y 10 BD y un encuestado maneja de 10 a 15 BD. Podemos evidenciar que el número de bases de datos es bastante amplio por lo que la recopilación de toda esta información en un solo documento serviría de ayuda en las gestiones comerciales.

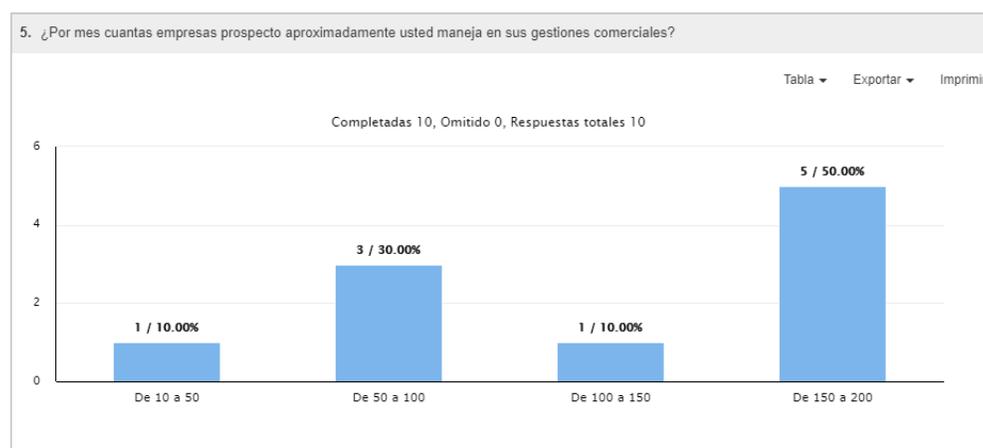


Figura 9. Pregunta 5. Elaboración Propia

Con el fin de complementar la anterior pregunta, se quiere saber cuantos contactos suministrados se encuentran dentro de las bases de datos. La mitad de los encuestados respondieron que manejan entre 150 y 200 contactos por mes, mientras que la otra mitad maneja entre 10 a 150 contactos por mes. La recopilación del listado de empresas puede servir para alimentar a la plataforma Orusdata.

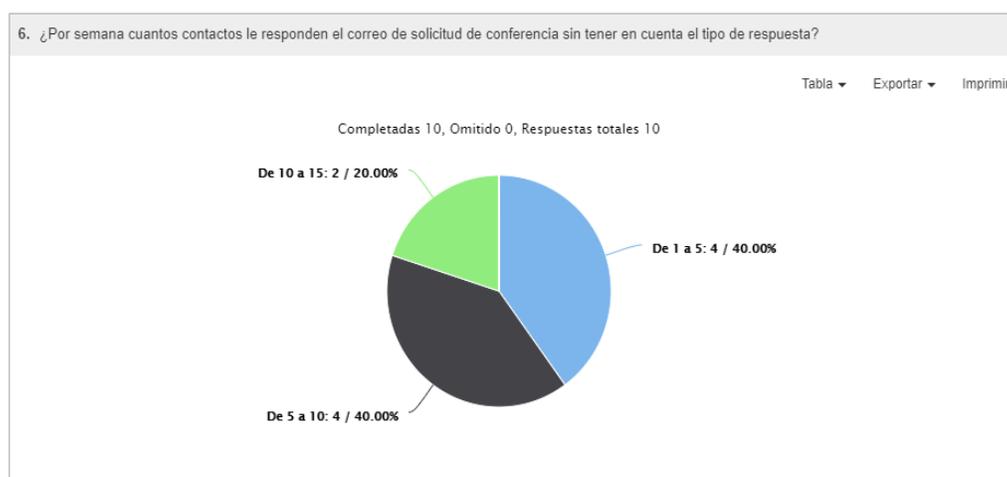


Figura 10. Pregunta 6. Elaboración Propia

El correo de solicitud de conferencia se realiza cuando la empresa afiliada quiere tener contacto directo con otra empresa ya sea afiliada o no. Cada semana los profesionales comerciales envían correos a diferentes empresas prospecto, el número de respuesta según la pregunta 6 se resume en; 4 encuestados reciben entre 1 a 5 respuestas, igualmente 4 encuestados reciben entre 5 a 10 respuestas y lo 2 restantes reciben de 10 a 15 respuesta. La recopilación de información de contactos 100% verificados es la base de este proyecto por lo cual podemos dejar en evidencia que la respuesta por parte de los empresarios es constante. Todos estos contactos será una excelente estrategia que beneficiará las gestiones posteriores.

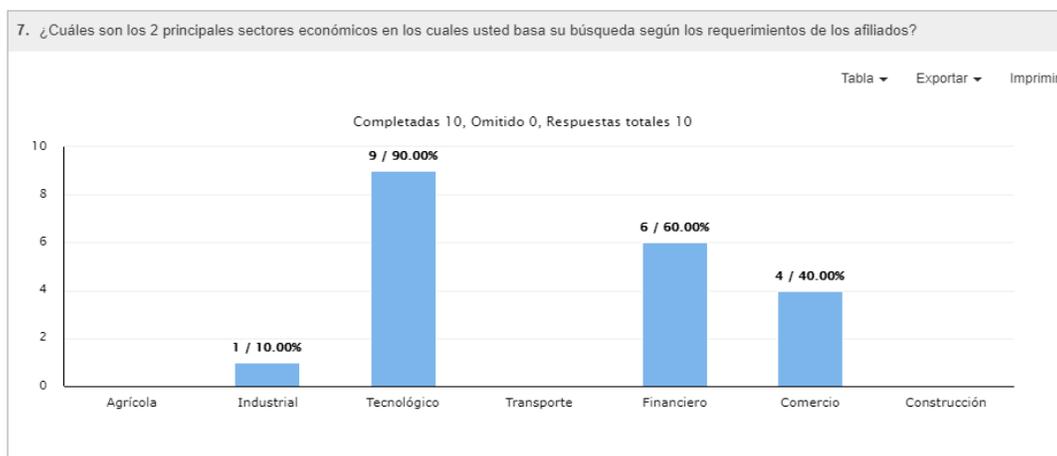


Figura 11. Pregunta 7. Elaboración Propia

La búsqueda de empresas prospecto es de acuerdo con las necesidades de los afiliados, con esta pregunta se quiere saber cuáles son los sectores económicos más representativos en los cuales se centra la búsqueda al momento de realiza la selección de empresas. Es evidente que por la situación que estamos afrontando en el mundo debido a la pandemia, la economía ha tenido grandes cambios, el sector tecnológico es uno de los cuales ha tenido más crecimiento durante los últimos meses, por esto el sector es tan apetecido por las empresas afiliadas. Los 5 sectores que se manejarán en la “Tabla Maestra” serán el industrial, tecnológico, financiero, comercio y el quinto reunirá información de empresas de un sector externo a los anteriormente mencionados.

8. ¿Cree usted que con una base de datos de empresas que estarán divididas por sector económico y que cada una de las empresas contara con uno o más contactos 100% confiables para el acercamiento comercial, le ayudara a la mejora en su gestión comercial con las empresas afiliadas y le reducirá el tiempo de búsqueda en fuentes externas? Respuesta Sí o No y agregar comentario

Completadas 10 Ordenar Recuento total Búsqueda Descarga Texto Descarga Excel

No.	Respuesta de texto	Respuesta completa
1	Si, sería una buena estrategia para optimizar el tiempo	
2	Sí, solo si son confiables los datos	
3	Si, tener la fórmula que utiliza la empresa facilita mucho el proceso.	
4	no, pasado el tiempo los cargos cambiarían y la base de datos no se va a actualizar lo único que serviría de ahí sería la formula del correo	
5	Si	
6	Si sería muy útil una base con variedad de empresas divididas por sectores económicos que tenga los principales cargos de interés de cada empresa ejemplo gerente general, financiero, de compras, recursos humanos, etc.	
7	Si, es importante que la información sea verídica pero es importante tener al menos mas de dos cargos.	
8	si, teniendo una base comprobada y 100% verídica se mejorarán los tiempos y respuestas durante la gestión.	
9	Si, ya que esto nos acortaría el tiempo de búsqueda	
10	Si, ayudaría a agilizar las gestiones comerciales en cuestión de reducción de tiempo	

Figura 12. Pregunta 8. Elaboración Propia

La pregunta global que encierra este proyecto es de acuerdo con la recopilación de la información tanto de empresas como contactos verificados, los resultados obtenidos son muy satisfactorios dado que 9 de los 10 encuestados respondieron “SI” frente a la propuesta de mejoramiento, las respuestas se centran en la optimización del tiempo de búsqueda, mejoras en el tiempo de respuesta, agilidad en las gestiones y determinación de la fórmula para cada empresa.

### **Actores Involucrados en el Proceso de Mejora**

Toda la información que este suministrada en la Tabla Maestra servirá de ayuda tanto para las profesiones comerciales, como también para la directora y coordinadora comercial e incluso es posible que esta información sirva de ayuda para otras áreas de la CCC. Con frecuencia los afiliados a la Cámara solicitan bases de datos para convocar empresario para eventos, macro ruedas y webinars, en estas solicitudes especifican tener información de contactos con su respectivo cargo y correo electrónico para realizar las invitaciones. Para prestar un servicio confiable en cuanto a las bases de datos, la tabla maestra puede ser un plus y un valor agregado a la organización dado que la información es verificada y no presentara ningún inconveniente al momento del acercamiento comercial, por lo general estas bases de datos se extraen de OrusData sin embargo no se sabe con certeza cuales de estos contactos están correctos y activos es ahí donde la Tabla Maestra serviría de soporte en estas solicitudes.

Los principales actores involucrados en este proceso de mejoramiento son en primera instancia los profesionales comerciales ya que ellos cuentan con toda la información de cada una de las gestiones que tienen a cargo con sus empresas afiliadas, apoyando esta gestión esta la directora y coordinadora quienes están al tanto de la gestión que se realice, verificando que

la tabla este actualizándose constantemente dado que entre más empresas y contactos prospecto se tendrá una gestión más efectiva.

## DOFA

Se toma como base el método DOFA para analizar lo conforme a el plan de mejoramiento dirigido a la Cámara Colombo Chilena.

Figura 13. DOFA. Elaboración Propia



## Conclusiones

El presente proyecto demuestra que la “Tabla Maestra “es una buena estrategia para implementar en la Cámara Colombo Chilena, donde fortalecerá la gestión en el área comercial, así como también puede ser de apoyo para las otras áreas de la organización por medio de contactos verídicos.

La información suministrada en la base de datos implica una mejora en la eficiencia de las gestiones, en la medida en que los profesionales comerciales tendrán un tiempo de búsqueda menor en fuentes abiertas y una reducción en los tiempos de respuesta frente a los correos de solicitud de conferencia.

Tanto las empresas como los contactos que estarán divididos por sector y área de trabajo respectivamente, se podrá utilizar toda esta información para ingresarla a la plataforma Orusdata teniendo la certeza de que los afiliados a la Cámara cada vez encontrarán información más confiable.

Se podrá presentar el portafolio de servicios a los contactos que se encuentran en la Tabla Maestra ya que en gestiones anteriores se obtuvo respuesta, y se podrá tomar al contacto como un cliente potencial para ser afiliado a la Cámara.

## Bibliografía

- Cámara Colombo Chilena. (20 de 09 de 2020). *Orusdata*. Obtenido de <https://www.orusdata.com/web/>
- Cámara de comercio e industria Colombo Chilena. (2020). *Cámara de comercio e industria Colombo Chilena*. Obtenido de colombochilena: <http://colombochilena.com/quienes-somos/>
- DANE. (2020). *CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME*. Obtenido de Actividades Económicas para Colombia:  
<file:///C:/Users/clore/OneDrive/Documentos/C%C3%A1mara%20Colombo%20Chilena/Trabajo/Actividades%20Econ%C3%B3micas.pdf>
- Hyken, S. (29 de Diciembre de 2015). *Media Post*. Obtenido de <https://www.mediapost.es/galanta/citas-celebres-sobre-fidelizacion>
- Mitjana, L. R. (2019). *Psicología y Mente*. Obtenido de <https://psicologiaymente.com/>

## Lista de Figuras

Figura 1. Estructura Organizacional (2020). Elaboración Propia.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 2. Grupo de Afiliados. Elaboración Propia.....	6
Figura 3. Tabla Maestra 1. Elaboración Propia .....	12
Figura 4. Tabla Maestra 1.1. Elaboración Propia .....	13
Figura 5. Pregunta 1. Elaboración Propia .....	15
Figura 6. Pregunta 2. Elaboración Propia .....	16
Figura 7. Pregunta 3. Elaboración Propia .....	16
Figura 8. Pregunta 4. Elaboración Propia .....	17
Figura 9. Pregunta 5. Elaboración Propia .....	17
Figura 10. Pregunta 6. Elaboración Propia .....	18
Figura 11. Pregunta 7. Elaboración Propia .....	19
Figura 12. Pregunta 8. Elaboración Propia .....	19
Figura 13. DOFA. Elaboración Propia .....	21