

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
	<b>REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>PAGINA: 1 de 8</b>

16-

**FECHA** miércoles, 12 de junio de 2019

Señores  
**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**  
 BIBLIOTECA  
 Ciudad

<b>UNIDAD REGIONAL</b>	Extensión Facatativá
<b>TIPO DE DOCUMENTO</b>	Trabajo De Grado
<b>FACULTAD</b>	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
<b>NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO</b>	Pregrado
<b>PROGRAMA ACADÉMICO</b>	Administración de Empresas

El Autor(Es):

<b>APELLIDOS COMPLETOS</b>	<b>NOMBRES COMPLETOS</b>	<b>No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN</b>
Lozano Nieves	Daniela	1070980516

Calle 14 Avenida 15 Facatativá – Cundinamarca  
 Teléfono (091) 8920707 Línea Gratuita 018000976000  
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL	VIGENCIA: 2017-11-16
	REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 2 de 8

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
Jaimés Ojeda	Martha Licia

TÍTULO DEL DOCUMENTO
APOYO A LA GESTION ADMINISTRATIVA EN LAS CAMPAÑAS COMERCIALES DEL AREA DE PROMOCION Y DESARROLLO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE FACATATIVÁ

SUBTÍTULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía
Pasantía

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
06/06/2019	39

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
ESPAÑOL	INGLÉS
1. Gestión por procesos	Process management
2. Mejora continua	Continuous improvement
3. Habeas Data	Habeas Data
4. Innovación	Innovation
5. Campañas Comerciales	Commercial campaigns
6. Procesos y procedimientos	Processes and procedures

Calle 14 Avenida 15 Facatativá – Cundinamarca  
Teléfono (091) 8920707 Línea Gratuita 018000976000  
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
NIT: 890.680.062-2

Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional



### RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

La Cámara de Comercio de Facatativá, tiene como objetivo gestionar programas de capacitación, innovación y liderazgo que permiten fortalecer la integración empresarial a partir de la gestión por procesos, con el propósito de generar un apoyo a los comerciantes, empresarios y /o afiliados registrados a la entidad para incentivar las ventas a partir de capacitaciones, ruedas de negocios, campañas comerciales, ferias empresariales, diplomados entre otros.

Dentro de uno del aparte de la Misión que tiene la CCF, es buscar la mejora continua de sus procesos, pero estos no se están tomando en cuenta en algunas de las actividades que se realizan en el área. Por lo que el presente informe técnico, permitirá identificar algunas herramientas ofimáticas necesarias que permitirá dar cumplimiento al objetivo establecido para el proceso identificado, como también como ejercicio para el desarrollo y cumplimiento de los términos de la pasantía.

Con la pasantía realizada en esta Entidad, se pudo evidenciar una de las problemáticas que tiene el área de Promoción y Desarrollo en lo que respecta a la planeación de las campañas, ya que no se cumple con los tiempos de ejecución de acuerdo al cronograma establecido por la dirección, generando una serie de contratiempos en el momento de realizar los respectivos informes.

En cuanto a la normatividad se tiene en cuenta la Ley del Habeas Data y el Decreto 2042 del 2014, que cita sobre las funciones de las Cámaras de Comercio, el tema de la innovación es fundamental en el momento de ejecutar las campañas comerciales y/o actividades relacionadas, debido a la satisfacción que esta genera entre los comerciantes al incentivar la publicidad de sus negocios, la integración empresarial y logrando el incremento en sus ventas.



**MACROPROCESO DE APOYO  
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO  
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL  
REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

**CÓDIGO: AAAr113  
VERSIÓN: 3  
VIGENCIA: 2017-11-16  
PAGINA: 4 de 8**

The Chamber of Commerce of Facatativá, aims to manage training, innovation and leadership programs that allow strengthening business integration from process management, with the purpose of generating support for merchants, businessmen and / or affiliates registered to the entity to encourage sales from training, business conferences, commercial campaigns, business fairs, diplomas among others.

Within one of the other aspects of the Mission that the CCF has, is to seek the continuous improvement of its processes, but these are not being taken into account in some of the activities that are carried out in the area. Therefore, the present technical report will allow identifying some necessary office tools that will allow compliance with the objective established for the identified process, as well as as an exercise for the development and fulfillment of the terms of the internship.

With the internship carried out in this Entity, one of the problems that the Promotion and Development area has regarding the planning of the campaigns could be evidenced, since the execution times according to the chronogram established by the address, generating a series of setbacks at the time of making the respective reports.

Regarding the regulations, the Law of Habeas Data and Decree 2042 of 2014, which cites the functions of the Chambers of Commerce, is taken into account, the issue of innovation is fundamental at the time of executing commercial campaigns and / or related activities, due to the satisfaction that this generates between the merchants when encouraging the publicity of their businesses, the business integration and achieving the increase in their sales.



### AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son:  
Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	X	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	x	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de



mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

**NOTA:** (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

**Información Confidencial:**

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

SI \_\_\_ NO \_\_\_x\_.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

**LICENCIA DE PUBLICACIÓN**

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se



integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el "Manual del Repositorio Institucional AAAM003"



i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



**Nota:**

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. APOYO A LA GESTION ADMINISTRATIVA EN LAS CAMPAÑAS COMERCIALES DEL AREA DE PROMOCION Y DESARROLLO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE FACATATIVA.pdf	Texto
2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
LOZANO NIEVES DANIELA	<i>Daniela Lozano</i>

21.1-40



APOYO A LA GESTION ADMINISTRATIVA EN LAS CAMPAÑAS COMERCIALES DEL  
AREA DE PROMOCION Y DESARROLLO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE  
FACATATIVÁ

AUTORA

DANIELA LOZANO NIEVES

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACATATIVÁ (CUNDINAMARCA)

2019



APOYO A LA GESTION ADMINISTRATIVA EN LAS CAMPAÑAS COMERCIALES DEL  
AREA DE PROMOCION Y DESARROLLO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE  
FACATATIVÁ

AUTORA

DANIELA LOZANO NIEVES

Trabajo de grado para obtener el título de Administradora de Empresas

DIRECTORA

MARTHA LUCIA JAIMES OJEDA

Magister en Recursos Humanos y Gestión de Conocimiento

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACATATIVÁ (CUNDINAMARCA)

2019



**Programa de Administración de Empresas**

Informe Técnico

2019-I

Nota de Aceptación

---

---

---

---

---

---

---

Firma del Presidente del Jurado

---

Firma del Jurado

---

Firma del Jurado

Facatativá, Cund. 04 de Junio del 2019



### **Agradecimientos**

Agradezco a Dios de primera mano por darme la oportunidad de vida y salud en todo momento, a mi Mamá por ser mi fortaleza, y mi apoyo en todo momento, a la universidad de Cundinamarca, al coordinador del programa Juan de Jesús Rojas Ramírez y demás docentes por ser esa fuerza de conocimiento y apoyo en el aprendizaje profesional.

Agradezco a la Cámara de Comercio de Facatativá y a sus Funcionarios por la información suministrada para elaborar el actual informe de Pasantía y por la oportunidad de realizar la pasantía allí.

Agradezco a la directora Martha Lucia Jaimes Ojeda por su inmenso apoyo en la revisión, asesoramiento y orientación en este proyecto.

### **Dedicatoria**

El presente trabajo está dedicado primeramente a Dios y a mi mamá porque me han brindado a diario la protección, armonía y bienestar para poder llevar a cabo todas mis metas propuestas y el poder ser profesional en administración de empresas. Luego a mi familia que de una u otra manera me han colaborado con su apoyo y motivación incondicional en cada etapa de formación y experiencia laboral.



## Tabla de contenido

<b>Agradecimientos</b> .....	iv
<b>Resumen</b> .....	viii
<b>1. Introducción</b> .....	1
Preguntas de sistematización .....	2
Problema .....	2
Objetivo general.....	3
Objetivos específicos .....	3
<b>2. Marco referencial</b> .....	4
2.0.1. La gestión administrativa y de procesos .....	5
2.0.2. Mejora continua .....	8
2.0.3. Innovacion.....	9
2.1. Marco conceptual .....	11
2.2. Marco legal.....	12
<b>3. Método de investigación</b> .....	15
<b>4. Resultados</b> .....	15



<b>Conclusiones</b> .....	25
<b>Recomendaciones</b> .....	26
<b>Cronograma de actividades</b> .....	27
<b>Referencias</b> .....	28

### **Lista de ilustraciones**

Figura 1. Ciclo PHVA o Deming.....	9
Figura 2. Campaña Comercial mes de las madres.....	10
Figura 3. Diagrama de proceso planificación de eventos.....	16
Figura 4. Diagrama de proceso planificación de capacitaciones.....	17
Figura 5. Diagrama de proceso planificación de campañas.....	18
Figura 6 Formato de presentación de propuesta.....	19
Figura 7. Formato estudio previo.....	20
Figura 8. Evidencia respecto a la logística en una campaña Comercial.....	20
Figura 9. Formato de evaluación a eventos (encuesta).....	22
Figura 10. Formato de evaluación capacitaciones (encuesta).....	22



## **Lista de tablas**

Tabla 1. Base de Datos para contactar a los comerciantes.....	21
Tabla 2. Formato de tabulación de eventos.....	23
Tabla 3. Formato de tabulación a capacitaciones.....	23
Tabla 4. Tabulación de la octava rueda de negocios.....	24
Tabla 5. Cronograma de actividades.....	26



**Apoyo a la gestión administrativa en las campañas comerciales del area de Promocion y  
Desarrollo de la Camara De Comercio De Facatativá**

*Daniela Lozano Nieves*

*Programa Administracion de Empresas, Universidad de Cundinamarca Extensión Facatativá*

**Resumen**

La Cámara de Comercio de Facatativá, tiene como objetivo gestionar programas de capacitación, innovación y liderazgo que permiten fortalecer la integración empresarial a partir de la gestión por procesos, con el propósito de generar un apoyo a los comerciantes, empresarios y /o afiliados registrados a la entidad para incentivar las ventas a partir de capacitaciones, ruedas de negocios, campañas comerciales, ferias empresariales, diplomados entre otros.

Dentro de uno del aparte de la Misión que tiene la CCF, es buscar la mejora continua de sus procesos, pero estos no se están tomando en cuenta en algunas de las actividades que se realizan en el área. Por lo que el presente informe técnico, permitirá identificar algunas herramientas ofimáticas necesarias que permitirá dar cumplimiento al objetivo establecido para el proceso identificado, como también como ejercicio para el desarrollo y cumplimiento de los términos de la pasantía.



Con la pasantía realizada en esta Entidad, se pudo evidenciar una de las problemáticas que tiene el área de Promoción y Desarrollo en lo que respecta a la planeación de las campañas, ya que no se cumple con los tiempos de ejecución de acuerdo al cronograma establecido por la dirección, generando una serie de contratiempos en el momento de realizar los respectivos informes.

En cuanto a la normatividad se tiene en cuenta la Ley del Habeas Data y el Decreto 2042 del 2014, que cita sobre las funciones de las Cámaras de Comercio, el tema de la innovación es fundamental en el momento de ejecutar las campañas comerciales y/o actividades relacionadas, debido a la satisfacción que esta genera entre los comerciantes al incentivar la publicidad de sus negocios, la integración empresarial y logrando el incremento en sus ventas.

**Palabras clave:** Gestión por procesos, mejora continua, Habeas Data, innovación, campañas comerciales.

---



## **1. Introducción**

La Cámara de Comercio de Facatativá, es una entidad gremial de capital privado y sin ánimo de lucro dedicada a prestar servicios para el Estado, actualmente cuenta con estándares de calidad en cada uno de sus procesos internos, así mismo del compromiso de su gente para apoyar a la mejora continua de los procesos ya establecidos.

Actualmente la Cámara de Comercio, cuenta con jurisdicción en 6 provincias y 37 municipios en donde la Entidad concentra sus actividades en promover y desarrollar programas de fortalecimiento como apoyo a las Mis pymes y a los comerciantes del lugar sean estos asociados o afiliados.

Al realizar el proceso de la pasantía en el área de Promoción y Desarrollo, se pudo observar el apoyo que brinda la Cámara de Comercio no solo a sus comerciantes afiliados sino también a los estudiantes de la Universidad Cundinamarca, en su proceso de pasantías, tomando en cuenta las competencias y habilidades indispensables, para el desempeño del puesto de trabajo.

Es importante resaltar que la Entidad permite al pasante poner en práctica todo lo aprendido durante su cadena de formación, como también el de darle la oportunidad de apoyar, adquirir y entrar a mejorar competencias a partir de involucrarlos directamente en actividades relacionadas con su cargo.



Durante la pasantía se realizó investigaciones teniendo en cuenta el acuerdo 002 del 2008 su artículo noveno que define la línea de investigación de la facultad de ciencias administrativas, económicas y contables de la Universidad de Cundinamarca, teniendo en cuenta que el actual informe está ligado con el área de emprendimiento y desarrollo empresarial y con la línea de investigación desarrollo de la capacidad empresarial.

### *Preguntas de sistematización*

- **¿Se puede llegar a evidenciar debilidades o fortalezas a las actividades ejecutadas por la Cámara de Comercio de Facatativá para los comerciantes de la región?**
- **¿Cuáles serían las actividades que debería promocionar la Cámara de Comercio para los comerciantes de la región?**
- **¿Debería mejorar la Cámara de Comercio las estrategias de publicidad para cumplir con las actividades propuestas?**

### *Problema*

¿Cómo se puede llevar a cabo la planeación de las actividades cumpliendo con los tiempos establecidos en el cronograma y la innovación en el momento de convocar los comerciantes?



### ***Objetivo general***

Apoyar el área de gestión administrativa en las campañas comerciales que promueve y realiza la Cámara de Comercio de Facatativá a sus comerciantes

### ***Objetivos específicos***

- Analizar los resultados obtenidos luego de la realización de las encuestas
- Planear diferentes campañas comerciales. (Capacitaciones, eventos, campañas)
- Convocar a los comerciantes inscritos en la base de datos que hacen parte del proceso de Promoción y Desarrollo.
- Realizar el análisis de las encuestas, a partir del uso de herramientas ofimáticas y formatos.

Durante el tiempo que duro la pasantía se trabajó en informe técnico teniendo en cuenta el Acuerdo 002 del 2008, artículo noveno en el que se define la línea de investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables de la Universidad de Cundinamarca, estando ligado el informe al área de emprendimiento y desarrollo empresarial y con la línea de investigación desarrollo de la capacidad empresarial.



## ***2. Marco referencial***

La Cámara de Comercio de Facatativá es una organización privada, gremial y sin ánimo de lucro dedicada a prestar servicios delegados por el Estado de alta calidad de manera eficiente, fortaleciendo proyectos de desarrollo socioeconómico en la jurisdicción, principios éticos, excelencia trabajo en equipo y liderazgo. (Cámara de Comercio de Facatativá, 2019).

La Cámara de Comercio de Facatativá inicio sus operaciones en los años 80 por la problemática que se dio con los comerciantes, ya registradas y por la cantidad de Municipios que estaban atendiendo en la Cámara de Comercio de Bogotá, Por lo que con el Decreto 2375 del 24 de septiembre de 1984 el Ministerio de Desarrollo acepto la condiciones y la reglamentación necesaria para su instalación.

Es en este momento donde nace oficialmente la Cámara de Comercio de Facatativá, en donde su primer Director Ejecutivo fue el señor Germán Sánchez Morales y como Presidente de la Junta Directiva el señor Luis Enrique Camacho Niño. (Cámara de Comercio de Facatativa, 2019).



### **2.0.1. La gestión administrativa y de procesos**

La gestión por procesos nace en Francia en 1916 con Henry Fayol, en el que afirma que hay una relación con la administración, porque busca hacer que el proceso sea eficiente y eficazmente, determinando un resultado y satisfacción para el cliente final.

El sistema de gestión de procesos “es una necesidad imperiosa en la economía moderna por medio de la búsqueda de personas se logra mejorar la productividad y la competitividad de las empresas” (Morales, 2015).

En este caso se piensa que hoy en día las personas son muy indispensables para las organizaciones tanto internas como externas, teniendo en cuenta sus satisfacciones la empresa puede cumplir sus objetivos en el mercado.

Gestión viene de “gestar” o “dar a luz” y está por sobre administrar u operar, es una labor sistémica, creativa, reflexiva y cuestionadora que ve los procesos como medio para cumplir el propósito de la organización y los organiza como sea más conveniente para ese fin. Procesos es la forma cómo se hacen las cosas. Desde elaborar y vender un producto, hasta pagar a un proveedor.” (Carrasco, 2009).



De acuerdo a lo anterior la gestión de procesos es aquella que identifica, comprende y aumenta los procesos y procedimientos de la empresa y se enfoca en el cambio, como son: la integralidad y la tecnología considerando la gestión de calidad y el mejoramiento continuo de los procesos. Elementos que se deben evidenciar y que por tanto debe tener una organización para su operación como son: el planear, organizar, dirigir y controlar y así mismo la empresa puede llevar un buen control de gestión como el tiempo, la calidad y el costo.

*La gestión administrativa:* Es la encargada de buscar alternativas para alcanzar los objetivos de las organizaciones mediante estrategias u otros recursos teniendo en cuenta los inicios de la organización, la cual se plantearon unas metas, unos sueños y unos principios para su crecimiento y por medio de ellos crear acciones concretas para poder cumplir su objetivo por el cual se creó la organización.

Teniendo en cuenta los objetivos de la Cámara de Comercio, uno de ellos es tener un desarrollo sostenible por medio de la prestación de servicio de alta calidad mediante la mejora continua, en esta parte se enfoca mucha promoción y desarrolló para poder satisfacer a sus asociados y afiliados mediante los eventos, y las capacitaciones en cuanto a clientes y utilidades.



La entidad se encuentra trabajado en su totalidad mediante estrategias de mejora, para que los comerciantes asistan más a estos eventos y tengan más oportunidades de negocio. las encuestas que se realizan mediante cada evento genera una mejora para la entidad porque es allí donde el comerciante pide que otros eventos le gustaría que se hicieran para satisfacer sus necesidades.

La gestión administrativa se destaca por cuatro principios básicos:

- **La planeación:** es una de las principales herramientas de una organización enfocada hacia el éxito, teniendo en cuenta el tiempo que se tiene para lograr los resultados del crecimiento de la empresa, teniendo en cuenta que para obtener unos buenos objetivos hay que tener presente el personal que labora para ellos, también tener en cuenta las herramientas, y la productividad con el fin de alcanzar los objetivos estipulados.

En pocas palabras se puede decir que una empresa puede ser exitosa si tiene en cuenta la planeación y los medios con la que se ejecutan.

- **El orden:** es aquel por el cual la organización se enfoca para la hora de buscar información o algún producto, teniendo en cuenta que si se tiene un orden será de utilidad y a la vez de rapidez para buscar lo que se necesita.
- **La disciplina:** es la manera organizada y sistemática que permite ejecutar procesos para poder cumplir los objetivos propuestos, por lo que intuitivamente se puede ver la relación



que hay en los anteriores principios como su nombre lo indica la disciplina hacia el orden y una buena planeación hacen del futuro de la empresa un objetivo mejor.

- **La Coherencia:** Según la RAE la coherencia es la actitud lógica y consecuente con los principios que maneja una organización, en este caso se dice que la coherencia es similar a la división del trabajo, porque se tiene en cuenta no tanto la productividad, si no que los trabajadores no son máquinas y ellos se pueden enfermar, así que hay que tener en cuenta cómo manejar todos esos aspectos para que la empresa sea eficiente, teniendo en cuenta que el trabajador es el cliente y da la imagen principal en una organización. (Leal,2018).

### **2.0.2. Mejora continua**

Es un enfoque para la mejorar procesos operativos que se basa en la necesidad de revisar continuamente las operaciones de los problemas, la reducción de costos oportunidad, la racionalización, y otros factores que en conjunto permiten la optimización. (HEFLO, 2015).

William Edwards Deming (1900-1993) fue estadístico, profesor universitario, autor de textos, consultor y difusor del concepto de calidad total, sus trabajos introdujeron en la industria japonesa los nuevos principios de la gestión, y revolucionaron su calidad y productividad. Durante la Segunda Guerra Mundial, Deming enseñó a los técnicos e ingenieros americanos estadísticas que pudieran mejorar la calidad de los materiales de guerra. (Tizaiana Ingrande, 2018).

Teniendo en cuenta la teoría de William Edwards Deming renace la calidad con la mejora continua por medio del ciclo Deming o el ciclo del PHVA que significa planear, hacer, verificar y actuar, para que las organizaciones fueran más eficientes, organizadas e innovadoras y dispuestas al cambio. (Instituto de Productividad Empresarial Aplicada, 2018). (ver Figura 1).

*Figura 1. Ciclo PHVA o Deming*



*Fuente: Pagina Web Instituto de Productividad Empresarial Aplicada*

### **2.0.3. Innovacion**

Innovación hace referencia a la introducción de nuevos productos o servicios en el mercado y también a la organización y gestión de una empresa. La innovación se acostumbra a asociar con la idea de progreso y búsqueda de nuevos métodos, partiendo de los conocimientos que le anteceden, a fin de mejorar algo que ya existe, o realizar una mejora continua por medio del ciclo

PHVA para así mismo dar solución a un problema o facilitar una actividad. (Significados.com., 2018).

### 2.0.1. Campañas Comerciales

Una Campaña es la manera más ágil y, sobre todo, eficaz, de agrupar empresas en el caso de la Cámara de Comercio u oportunidades que tengan relación y que quieras que estén juntas para poder llegar a ellas y visualizarlas o tomar alguna acción determinada sobre ellas.

Un ejemplo de una Campaña Comercial, sería asistir a un evento profesional determinado (un congreso, una feria empresarial, una rueda de negocios, entre otros) en el que se recogerá numerosos contactos y negocios. Lo más eficaz será crear una Campaña Comercial con el nombre del evento y a todos esos contactos que hayan recogido, asignarles esa campaña. Todo unificado en una única campaña, por ejemplo. (ver figura 2). (BILLAGE, 2019).

Figura 2. Campaña Comercial Mes de las madres



Fuente: Pagina Facebook de la Cámara De Comercio de Facatativá



### *2.1. Marco conceptual*

**Bases de datos:** Es un método de almacenamiento de información tanto personal como verídica, el cual es de forma ordenada con el propósito de facilitar al autor la búsqueda que necesita obtener de los datos colocados en la base como por ejemplo (nombres, dirección, teléfono o más para empresa inventario, ventas, utilidades, razón social, pérdidas, contrataciones, entre otros).

**Habeas Data:** Es una acción jurídica establecida por la Constitución política de 1991 donde su objetivo es proteger Datos personales, pero a la vez hay datos que pueden ser visibles por el público, por medio de páginas virtuales o presenciales, en este caso como es la Cámara De Comercio de Facatativá se puede investigar por ejemplo la razón social de una Organización o por ejemplo en el Caso de este informe puede investigarse acerca de cómo esta e utilidades o si no está liquidando la empresa para poder ejecutar los eventos.

También hay restricciones de Datos como son los personales estos van protegidos automáticamente por la ley de la Habeas Data, que son muy confidenciales tanto para la Cámara como para la misma Organización asociada allí. (Gil, 2017).



## 2.2. *Marco legal*

Mediante el Decreto 2042 de 2014, se mencionan algunas funciones que deben cumplir las Cámaras de Comercio por lo que se citan para el presente informe los artículos 6,7,8,14,15,16,19 y 21 donde se establecen los eventos, las capacitaciones, los temas culturales que se ejecutan para los comerciantes asociados o afiliados a las entidades con sus respectivas normatividades para ser elaborados.

*Decreto 2042 de 2014:* “Artículo 4°. Las Cámaras de Comercio ejercerán funciones señaladas en el artículo 86 del Código de Comercio y en las normas legales y reglamentarias a partir de lo expresado en sus numerales:

6. Adelantar acciones y programas dirigidos a dotar a la región de las instalaciones necesarias para la organización y realización de ferias, exposiciones, eventos artísticos, culturales, científicos y académicos, entre otros, que sean de interés para la comunidad empresarial de la jurisdicción de la respectiva Cámara de Comercio.

7. Participar en la creación y operación de centros de eventos, convenciones y recintos feriales de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 1558 de 2012 y las demás normas que las sustituyan, modifiquen o adicionen.



8. Promover la formalización, el fortalecimiento y la innovación empresarial, así como desarrollar actividades de capacitación en las áreas comercial e industrial y otras de interés regional, a través de cursos especializados, seminarios, conferencias y publicaciones.

14. Promover programas, y actividades en favor de los sectores productivos de las regiones en que les corresponde actuar, así como la promoción de la cultura, la educación, la recreación y el turismo.

15. Participar en actividades que tiendan al fortalecimiento del sector empresarial, siempre y cuando se pueda demostrar que el proyecto representa un avance tecnológico o suple necesidades o implica el desarrollo para la región.

16. Mantener disponibles programas y servicios especiales para sus afiliados.

19. Realizar aportes y contribuciones a toda clase de programas y proyectos de desarrollo económico, social y cultural en el que la nación o los entes territoriales, así como sus entidades descentralizadas y entidades sin ánimo de lucro tengan interés o hayan comprometido sus recursos.



21. Gestionar la consecución de recursos de cooperación internacional para el desarrollo de sus actividades”. (Cámara de Comercio de Villavicencio, 2014).

**Habeas Data:** Es el derecho de toda persona natural o jurídica de acceder a los datos suministrados por alguna empresa, teniendo en cuenta la debida autorización de personas encargadas de manejarlos y que estas den el aval.

El objetivo de esta herramienta es brindar protección a los datos personales que manejan las organizaciones y que terceros no la puedan obtener con tanta facilidad, sino que haya algunas restricciones de información. (GFA Global Forensic Auditing, 2017)

**La LEY 1581 de 2012** cuya principal función es dar un tratamiento de información en las bases de datos de todas las entidades públicas y privadas debe avisar al usuario la finalidad del tratamiento de esta. El artículo 1 dice “tiene por objeto desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales.” (Congreso de la República de Colombia, 2012)



La presente Ley aplicará al tratamiento de datos personales efectuado en territorio colombiano o cuando al Responsable del Tratamiento o Encargado del Tratamiento no establecido en territorio nacional le sea aplicable la legislación colombiana en virtud de normas y tratados internacionales. (Congreso de la República de Colombia, 2012).

### **3. Método de investigación**

El método de investigación que se utilizó para este informe fue descriptivo y aplicado; Para el estudio se levantó flujogramas de cada uno de los procesos identificados los cuales permitió dar a conocer la forma en que se manejan algunos procesos por parte de la Entidad. Además de considerar las plantillas de presentación de propuesta y estudios previo, utilizados en el desarrollo de las actividades al momento de la planeación de logística, como son: las encuestas, las bases de datos, los medios de comunicación para invitar a los comerciantes y el informe

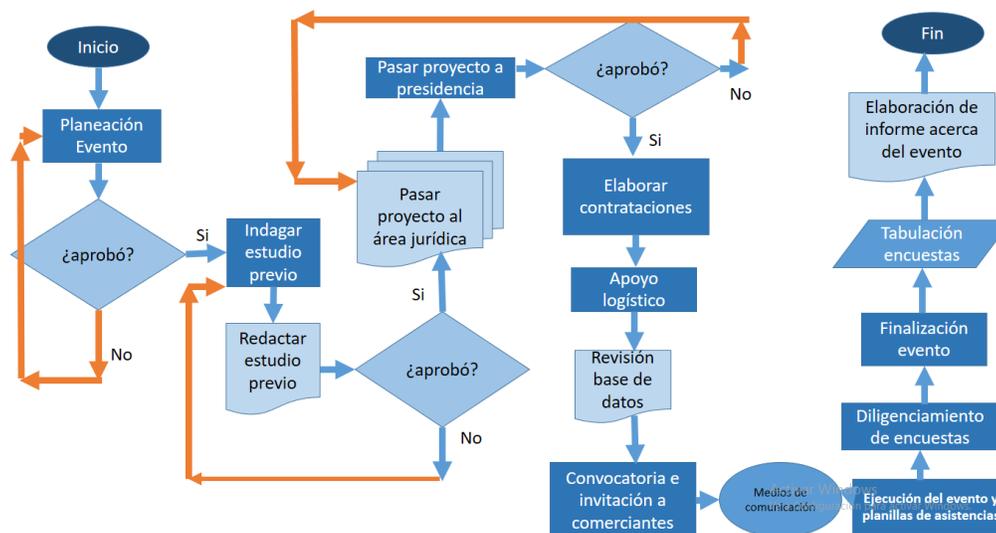
### **4. Resultados**

Durante la pasantía se realizaron diferentes eventos y capacitaciones en la Cámara de Comercio de Facatativá orientada a los comerciantes, los cuales siguen una serie de procesos y procedimientos que se explicarán a continuación mediante la aplicación de flujogramas, los

cuales permitirá evidenciar y dar una solución al problema que se venía presentando en el momento de convocar a los comerciantes a participar en las actividades programadas y que por falta innovación en los programas se venía dando. (Ver figura 3-4-5).

- El proceso que se llevó a cabo para los eventos se explicarán en el siguiente diagrama de flujo.

Figura 3. Diagrama de proceso planificación de eventos.

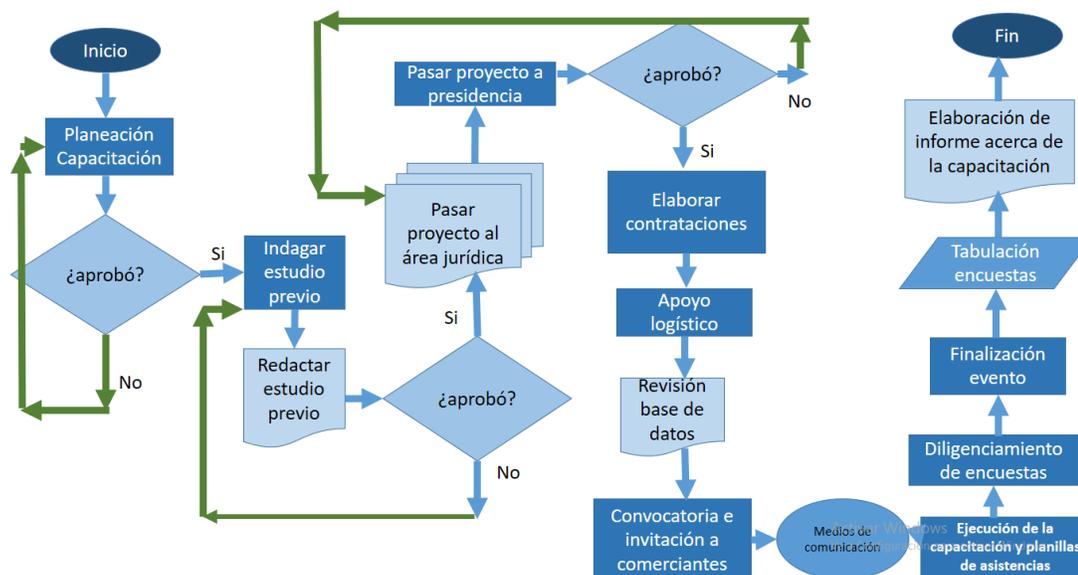


Fuente: Elaboración propia, 2019

En el actual diagrama de proceso se puede evidenciar el paso a paso de los procedimientos que se llevan a cabo a la hora de realizar un evento, teniendo en cuenta que la participación de comerciantes es alta porque se escogen bases de datos completas dependiendo el municipio donde se vaya a realizar, y de ahí se clasifican todos los establecimientos de comercio para luego convocar las personas que pueden asistir, ya que es bastante amplio el lugar. (por lo general son parques principales de cada municipio).

- El proceso que se llevó a cabo para las capacitaciones se explicarán en el siguiente diagrama de flujo.

Figura 4. Diagrama de proceso planificación de capacitaciones.

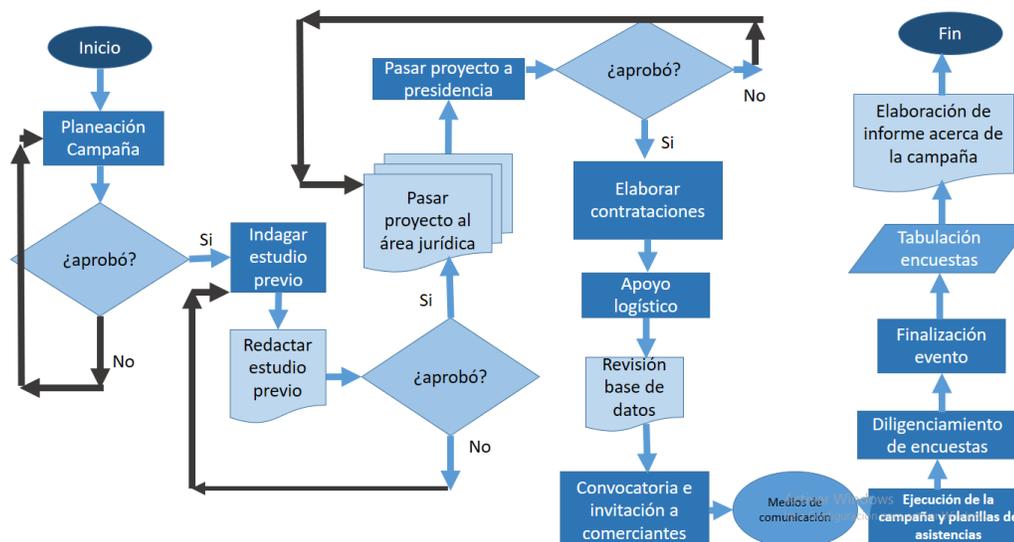


Fuente: Elaboración propia, 2019

En el actual diagrama de proceso se puede evidenciar el paso a paso de los procedimientos que se llevan a cabo a la hora de realizar una capacitación, teniendo en cuenta que la participación de comerciantes es más baja porque se clasifican con las bases de datos cuales son las personas que pueden asistir. ya que es pequeño el lugar.

- El proceso que se llevó a cabo para las campañas se explicarán en el siguiente diagrama de flujo.

Figura 5. Diagrama de proceso planificación de campañas.



Fuente: Elaboración propia, 2019

En el actual diagrama de proceso se puede evidenciar el paso a paso de los procedimientos que se llevan a cabo a la hora de realizar una campaña, teniendo en cuenta que la participación de comerciantes y personas externas es alta porque se escogen bases de datos completas dependiendo el municipio donde se vaya a realizar, y de ahí se clasifican todos los establecimientos de comercio para que sean partícipes en la campaña y luego por medio de bonos según el valor de las compras en el establecimiento, ellos convoquen las personas externas para que participen el día que se van a realizar las rifas y así mismo se incentive las ventas en los establecimientos de comercio. (por lo general son parques principales de cada municipio).



**Paso a paso de los procedimientos que se realizan a la hora de realizar una capacitación,  
evento o campaña comercial**

Inicialmente se planea las actividades teniendo en cuenta las opiniones de los comerciantes y diligenciando la plantilla de presentación de propuesta, con el objetivo de que asistan no solo 200 personas, sino que participen 1000 personas o más a cada evento, capacitación o campaña comercial que se ejecute. El presidente de la Cámara de Comercio de Facatativá, da su punto de vista acerca de la actividad y decide si se realiza o no, esta debe ser satisfactoria para ambas partes comerciantes y entidad. (Ver figura 6).

Figura 6. Formato de presentación de propuesta

PROGRAMA		OBJETIVO	
PROGRAMA	LOCAL	OBJETIVO	LOCAL
OBJETIVO	LOCAL	OBJETIVO	LOCAL
JUSTIFICACIÓN	LOCAL	OBJETIVO	LOCAL
ACTIVIDADES	LOCAL	OBJETIVO	LOCAL
CATEGORÍA	LOCAL	OBJETIVO	LOCAL
FECHA DE EJECUCIÓN	LOCAL	OBJETIVO	LOCAL
ESTADO DE EJECUCIÓN	LOCAL	OBJETIVO	LOCAL
VALOR ESTIMADO	LOCAL	OBJETIVO	LOCAL

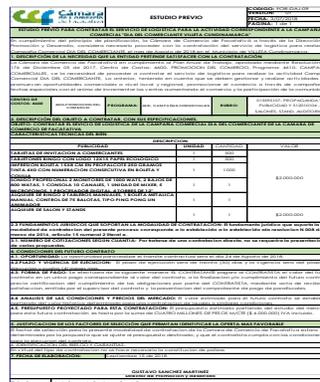
Fuente: página web Cámara de Comercio de Facatativá

Después de que el presidente de la Cámara de Comercio haya dado su punto de vista, se procede a realizar el estudio previo de cada actividad, allí se decide que premios o que beneficio

se le da al comerciante y que medios de comunicación se van a utilizar para hacer la publicidad.

(Ver figura 7).

Figura 7. Formato estudio previo.



ACTIVIDAD	FECHA DE EJECUCIÓN	VALOR ESTIMADO	TOTAL
ESTUDIO DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	1	1.000,00	
DESARROLLO DE MATERIAL PROMOCIONAL	2	1.000,00	\$2.000,00
IMPLEMENTACIÓN DE LA CAMPAÑA	3	1.000,00	
SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	4	1.000,00	\$2.000,00
TOTAL			\$4.000,00

Fuente: página web Cámara de Comercio de Facativá Imagen

Luego se pasa al área de jurídica donde se realiza otro estudio para saber que personas se van a contratar, luego pasar el requerimiento a Presidencia para que cuente con el visto bueno y así llevar a cabo la logística y organización del evento. (Ver figura 8).

Figura 8. Evidencia respecto a la logística en una campaña Comercial



Fuente: página web Cámara de Comercio de Facativá



Después de la logística, se pasa a convocar comerciantes de acuerdo a las bases de datos y al municipio donde se va a llevar a cabo el evento, esta invitación se hace por medio de correos masivos, WhatsApp, llamadas telefónicas o mensajes de texto, se busca es convocar el mayor número de personas para que participen. (Ver Tabla 1).

Tabla 1. Base de Datos para contactar a los comerciantes

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	NOMBRE (S) Y APELLIDO (S) CONTACTO	NÚMERO DE CELULAR	NÚMERO DE CELULAR OPCIÓN 2	E - MAIL	Autorizo a la Cámara de Comercio de Facatativá a enviar información de la entidad por correo electrónico de acuerdo a lo establecido en <a href="http://c/facatativa.org.co/politicas-de-informacion/">http://c/facatativa.org.co/politicas-de-informacion/</a> *	Autorizo a la Cámara de Comercio de Facatativá a enviar información de la entidad por Mensajes
VIVIENDA TURISTICA	JOSE GUILLERMO GONZALEZ HERNANDEZ	3133545774	3212718954luferrojo@hotmail.com		SI	SI
KIOSKO POSTOBON:	BLANCA EL SI HERRERA SALAMANCA	3106655648	3208877109 alirio. luna 13@hotmail.com		SI	SI
TECHNOLOGY MOBILE	MARIA CAMILA AMAYA VELANDIA	3134925072	3134925072amayacamilamv99@gmail.com		SI	SI

Fuente: Cámara de Comercio Facatativá

\* Debido a la confidencialidad de la información, este es un ejemplo con datos ficticios del contenido de la base de datos de comerciantes del área de Promoción y Desarrollo.

A partir de ahí se ejecuta el evento, campaña o capacitación donde se realiza la logística para los comerciantes y se les da a conocer el cronograma de actividades, como también se hace la entrega de encuestas y planillas de asistencia en donde el comerciante da su punto de vista hacia la actividad, da sugerencias y coloca sus datos para que así mismo puedan ser utilizados posteriormente para de la Cámara. (Ver figura 9-10).







de acuerdo a las encuestas diligenciadas por los comerciantes, esta es una matriz de riesgo en donde el resultado arrojado permite evidenciar si la actividad se realiza nuevamente para el siguiente año o definitivamente se elimina del presupuesto como del cronograma de actividades, que se maneja en la Cámara de Comercio de Facatativá. (Ver Tabla 4)

Tabla 4. Tabulación de la octava rueda de negocios

Cámara de Comercio de Facatativá		MATRIZ DE TABULACION A EVENTOS					Código	FOR-PYD-20	
								Versión	0
								Fecha	3 DE JULIO DE 2018
DEL EVENTO: OCTAVA RUEDA DE NEGOCIOS			LUGAR Y FECHA: MOSQUERA 24 DE OCTUBRE						
ITEM	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	FECHA	El evento en cuenta a logística, organización, espacio y	El evento realizado contribuye a incrementar sus clientes?	El evento realizado contribuye a incrementar sus ingresos y ventas	El evento realizado contribuye a para la creación de nuevos contactos	La convocatoria para el evento lo percibe	Promedio de calificación	
1	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	17/10/2018	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	
2	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	17/10/2018	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	
3	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	17/10/2018	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	
4	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	17/10/2018	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	
5	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	17/10/2018	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,20	
6	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	17/10/2018	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	
7	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	17/10/2018	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	
8	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	17/10/2018	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	4,80	
142	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	20/10/2018	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	3,40	
143	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	21/10/2018	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	
144	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	22/10/2018	4,00	4,00	3,00	5,00	4,00	4,00	
145	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	23/10/2018	5,00	4,00	5,00	5,00	4,00	4,60	
146	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	24/10/2018	5,00	4,00	3,00	5,00	4,00	4,20	
147	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	25/10/2018	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,20	
148	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	26/10/2018	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	
149	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	27/10/2018	4,00	4,00		4,00	3,00	3,75	
150	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	28/10/2018	5,00	5,00		5,00	3,00	4,50	
151	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	29/10/2018	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	
152	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	30/10/2018	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,20	
153	8ª RUEDA DE NEGOCIOS	31/10/2018	4,00				3,00	3,50	
PROMEDIO CALIFICACION			4,37	4,23	4,04	4,43	4,24	4,26	

Fuente: Cámara de Comercio de Facatativá 2018



## **Conclusiones**

Para concluir el objetivo de lo elaborado es apoyar a la gestión administrativa por medio de las campañas comerciales que se ejecutaron en el área de Promoción y Desarrollo de la Cámara de Comercio de Facatativá durante el periodo de la pasantía. Al analizar los resultados obtenidos luego de la realización de las encuestas se pudo evidenciar que la innovación es muy importante para incentivar la participación de los comerciantes a las actividades que ejecuta la Cámara de Comercio de Facatativá.

Se pudo evidenciar que la planeación de las diferentes campañas son muy importantes tanto para la Cámara de Comercio como para los comerciantes porque incentivan a la ejecución de nuevas empresas y negociación con proveedores. En el momento de convocar a los comerciantes inscritos, se pudo evidenciar que es importante actualizar las bases de datos y tener presente todos los medios de comunicación, para que en el momento de ejecutar las actividades la participación de los comerciantes sea muy eficiente.

La realización de las encuestas, es muy importante para la entidad, teniendo en cuenta que de allí se puede analizar en que se está fallando y que se debe mejorar para las próximas actividades según lo estipulado por los comerciantes por medio de herramientas ofimáticas y de formatos.



## **Recomendaciones**

Profundizar y ampliar estrategias con todos los funcionarios de la entidad por medio de capacitaciones para expandir y mejorar la gestión administrativa y comercial en el momento de ejecutar una capacitación, evento o campaña.

Realizar un seguimiento por medio de un formato en Físico o en modo virtual en donde se evidencie las técnicas utilizadas para invitar a los comerciantes y llevar un cuadro comparativo de cuantas personas participaron y que mejoras se pueden hacer para los próximos eventos.



### Cronograma de actividades

Tabla 5. Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	COMPROMISOS Y RESULTADOS	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																				
		sep-18	oct-18	nov-18	feb-19	mar-19	abr-19	may-19														
Apoyo a la gestion administrativa en las campañas comerciales de CCF	Cumplimiento de funciones asignadas	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█										
Investigacion y adquisicion de informacion	Se llevo acabo elementos como las encuestas y las tabulaciones de acuerdo a lo contestado por los comerciantes	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█										
realizacion y montaje de informe según la pasantia	Desarrollo y ejecucion de la respectiva investigacion en el informe					█	█															
Revision de informe por medio del asesor encargado	Realizacion de correcciones emitidas por el asesor encargado de la revision de informes								█				█		█	█					█	
Entrega informe de pasantia	Entrega de informe según parametros estipulados																				█	

Fuente: propia



## Referencias

Billage (2019). *Campañas comerciales*. Obtenido de <https://www.getbillage.com/es/crm-online/campanas-comerciales>

Cámara de Comercio de Facatativá. Recuperado el (18 de Abril de 2019). *Cámara de Comercio de Facatativá*. Obtenido de <https://ccfacatativa.org.co/nuestra-camara/>

Cámara de Comercio de Villavicencio. (2014). *Funciones y deberes*. Obtenido de Cámara de Comercio de Villavicencio. (10-04-2019). *Funciones y deberes* [http://www.ccv.org.co/site/fileadmin/user\\_upload/documentos/funcionesydeberescv.pdf](http://www.ccv.org.co/site/fileadmin/user_upload/documentos/funcionesydeberescv.pdf)

Carrasco Bravo Juan (2009). *Gestión de Procesos*. Obtenido de <http://www.evolucion.cl/cursosdestacados/12/Libro%20GP%20Juan%20Bravo%20versi%20F3n%20especial.pdf>

Congreso de la República de Colombia. (17 de Octubre de 2012). *Defensoría del pueblo*. Obtenido de



[http://www.defensoria.gov.co/public/Normograma%202013\\_html/Normas/Ley\\_1581\\_2012.pdf](http://www.defensoria.gov.co/public/Normograma%202013_html/Normas/Ley_1581_2012.pdf)

GFA Global Forensic Auditing. (20 de Febrero de 2017). *ABC del habeas data, Ley 1581 del 2012*. Obtenido de EL TIEMPO: <http://blogs.eltiempo.com/huella-forense/2017/04/20/abc-del-habeas-data-ley-1581-del-2012/>

HEFLO. (2015). *Mejora continua*. Obtenido de <https://www.heflo.com/es/definiciones/mejora-continua/>

Instituto de Productividad Empresarial Aplicada (2018). *PDCA, PHVA, Deming o circulo de mejora continua*. Obtenido de <https://www.ipeaformacion.com/mejora-continua/pdca-phva-deming-circulo-mejora-continua/>

Leal Adriana Carolina. (27 de Febrero de 2018). *Sistema de gestión administrativa Principios y usos*. Obtenido de <https://www.siigo.com/blog/empresario/sistema-de-gestion-administrativa/>



Morales Carrera Ailyn (2015). *Propuesta de herramientas y tecnicas aplicables a la gestion de instalaciones hoteleras cubanas.* Obtenido de

[https://books.google.com.co/books?id=CXUbCgAAQBAJ&pg=PA4&dq=gestion+por+p+procesos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwizq\\_ekwcjhAhUCwIkKHVJqCdUQ6AEIKTAA#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books?id=CXUbCgAAQBAJ&pg=PA4&dq=gestion+por+p+procesos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwizq_ekwcjhAhUCwIkKHVJqCdUQ6AEIKTAA#v=onepage&q&f=false)

Significado.com. (05-Abril-2018). *Innovación.* Obtenido de

<https://www.significados.com/innovacion/>

Tiziana Ingrande (17-mayo-2018). *William Edwards Deming, el propulsor de la calidad total.*

Obtenido de <http://kailean.es/william-edwards-deming-el-propulsor-de-la-calidad-total/>