	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PÁGINA: 1 de 7

16-

FECHA	Miércoles, 4 de diciembre de 2019
--------------	-----------------------------------

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Extensión Facatativá
------------------------	----------------------

TIPO DE DOCUMENTO	Pasantía
--------------------------	----------

FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
-----------------	--

NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
---	----------


PROGRAMA ACADÉMICO	Administración de Empresas
---------------------------	----------------------------

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
SIERRA GALINDO	LAURA DANIELA	1070978726

Calle 14 Avenida 15 Barrio Berlín Facatativá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 892 07 07 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 REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 2 de 7

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

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
VANEGAS FLOREZ	OSWALDO

TÍTULO DEL DOCUMENTO
APOYO AL PROCESO DE PROMOCION Y DESARROLLO EN LA CAMARA DE COMERCIO DE FACATATIVA

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
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
26/11/2019	51

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
ESPAÑOL	INGLÉS
1. Afiliados	Affiliates
2. Integración Empresarial	Business Integration
3. Mejora	Limprovement
4. Comerciantes	Merchants
5.	
6.	

Calle 14 Avenida 15 Barrio Berlín Facatativá – Cundinamarca
Teléfono (091) 892 07 07 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 REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 3 de 7

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

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

RESUMEN

El presente informe está basado en el trabajo realizado durante el proceso de pasantía en la Cámara de Comercio de Facatativá, en donde se realizó una propuesta de mejora para el programa de Afiliados de Promoción y Desarrollo, se tuvo en cuenta tres objetivos, la realización de un diagnóstico al Área, como segundo objetivo un benchmarking para poder compararlo con diferentes Cámaras de Comercio a nivel nacional y poder observar las diferentes propuestas que manejan estas. Y por último, como tercer objetivo se realizó un propuesta como plan de mejora en el que se dan a conocer diferentes ideas para innovar y brindar una mejor Área.

ABSTRACT


This report is based on the work done during the internship process at the Facatativá Chamber of Commerce, where a proposal for improvement for the Promotion and Development Affiliate program was made, it was successful in the account of three objectives, the Making a diagnosis of the Area, as a second objective a benchmarking to compare with different Chambers of Commerce at the national level and to observe the different proposals that handle these. And finally, as a third objective, a proposal was made as an improvement plan in which different ideas are disclosed to innovate and provide a better Area.

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":


	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 4 de 7

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

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 5 de 7

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

Calle 14 Avenida 15 Barrio Berlín Facatativá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 892 07 07 Línea Gratuita 018000976000
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 6 de 7

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.



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 7 de 7

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 AL PROCESO 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)
SIERRA GALINDO LAURA DANIELA	

12.1-40

**APOYO AL PROCESO DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE LA CÁMARA DE
COMERCIO DE FACATATIVÁ.**

LAURA DANIELA SIERRA GALINDO

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
EXTENSIÓN FACATATIVÁ
2019**

**APOYO AL PROCESO DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE LA CÁMARA DE
COMERCIO DE FACATATIVÁ.**

LAURA DANIELA SIERRA GALINDO

INFORME FINAL PASANTÍA

**ASESOR INTERNO
OSWALDO VANEGAS FLÓREZ
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

FACATATIVÁ

2019

Nota de aceptación

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Facatativá, Noviembre 26 de 2019

DEDICATORIA

Este trabajo quiero dedicarlo a Dios por permitirme la vida, por regalarme sabiduría y entendimiento en este proceso, lográndose plasmar en este trabajo, para Él la gloria y la honra siempre.

Gracias a mi madre Martha Jeanneth Galindo Ruiz y mi abuela Luisa Manuela Ruiz de Galindo por ser las principales promotoras de mis sueños, por confiar y creer que todo lo haría posible en el nombre de Jesús, por los consejos, valores y principios que me inculcaron.

AGRADECIMIENTOS.

Agradezco a Dios por la salud y la vida otorgándole este sueño en sus manos, para El, tono el honor y la gloria. A mi madre y abuela por su apoyo constante, por hacer de mí una mejor persona y mujer, día a día en este sueño.

Agradezco a cada uno de los docentes que estuvieron en mi carrera en la Universidad de Cundinamarca, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi profesión, de manera especial, al docente Oswaldo Vanegas, tutor de mi proyecto quien ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docente este proyecto que sin su compañía y guía no hubiera sido posible.

TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN	10
2. INTRODUCCIÓN	11
3. JUSTIFICACIÓN	13
4 OBJETIVOS	15
4.1 OBJETIVO GENERAL	15
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
5 MARCO DE REFERENCIA	16
5.1 MACO TEÓRICO.	16
5.2 MARCO CONCEPTUAL	23
5.3 MARCO INSTITUCIONAL.	24
5.4 MARCO LEGAL	27
6. MÉTODO RESULTADO	29
6.1 DIAGNÓSTICO	29
6.2 BENCHMARKING	36
6.3 PROPUESTA DEL PROGRAMA DE AFILIADOS	40
CONCLUSIONES	46
RECOMENDACIONES	48
ANEXOS	50
Anexo 1 Evidencia respecto a reuniones con Afiliados en Villeta- Cundinamarca.	50

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Proceso Diagnóstico	18
Tabla 2. Aspectos a Medir.	19
Tabla 3 Conceptos por evaluar.....	31
Tabla 4. DOFA.....	34
Tabla 5 .Programa de Afiliados.....	37

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Diagrama de proceso, planificación de eventos.	30
Figura 2 Evidencia respecto a reuniones con Afiliados en Villeta- Cundinamarca	50
Figura 3 Evidencia respecto a reuniones con Afiliados en Facatativá- Cundinamarca.....	50

APOYO AL PROCESO DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO EN LA CÁMARA DE COMERCIO DE FACATATIVÁ.

1. RESUMEN

La Cámara de Comercio de Facatativá, su principal objetivo es brindar capacitación, liderazgo e innovación para fortalecer la unión empresarial, con el principal propósito de apoyar a los empresarios, comerciantes o afiliados activos en la organización para fortalecer ventas brindándoles ruedas de negocios, capacitaciones, ferias empresariales, diplomados, campañas comerciales y actividades con vinculen a ambas partes.

Dentro de la misión que tiene la Cámara de Comercio de Facatativá, su principal propósitos es mejorar continuamente, el cual no se ve reflejada en algunas actividades del área de Promoción y Desarrollo del mencionado. Por lo que el presente informe, permitirá identificar algunas opciones para cumplir con lo estipulado para el proceso visto y el desarrollo de los términos de pasantía.

La pasantía realizada en la Cámara de Comercio de Facatativá, se pudo observar alguna de las problemáticas que tiene el área de Promoción y Desarrollo en los que se centra el Área de afiliados, ya que no presenta las mejores opciones para los actuales afiliados respecto a otras Cámaras de Comercio del país.

En cuanto a la normatividad se toma el Decreto 2042 del 2014 y la Ley del Habeas Data que hablan acerca de la funciones de la Cámara de Comercio, relacionados con temas de actualización de datos y la función normativa publica, para la integración empresarial.

Palabras Claves: Afiliados, Integración Empresarial, Mejora, Comerciantes.

2. INTRODUCCIÓN

La Cámara de Comercio de Facatativá, es una entidad de capital privado y sin ánimo de lucro, que presta servicio al Estado, cuenta con un grupo de trabajo comprometido a mejorar los procesos establecidos, las adaptaciones de ella a los mercados globales dependen de la estrategia utilizada por el directivo para mejorar continuamente.

La Cámara de Comercio de Facatativá cuenta con apoyo a 6 Provincias y 37 Municipios en donde la entidad mejora fortaleciendo a los comerciantes seas matriculados o afiliados.

Al realizar el proceso de pasantía en el Área de Promoción y Desarrollo, se observa el apoyo constante a los matriculados y afiliados dando lugar a los estudiantes de la Universidad de Cundinamarca.

A continuación se presenta de acuerdo al acuerdo 002 del 2018, definiendo líneas de investigación de la facultas de ciencias administrativas, económicas y contables del área de administración de empresas, un apoyo al área de afiliados de la Cámara de Comercio de Facatativá, con el objetivo de establecer un apoyo que permita definir mejorías en el área.

Este trabajo de grado tiene como fin ofrecer un mejoramiento en el Área de afiliados de la Cámara de Comercio de Facatativá, de capacitaciones, convocatorias, y un intereses mayor por ofrecer e incentivar con mejores propuestas a los comerciantes, creando así una comunidad unida, y satisfecha de pertenecer al grupo de afiliados de la Cámara de Comercio de Facatativá como garantía del trabajo desarrollado durante la pasantía, los aportes que se hicieron a

los mismos y la importancia que tiene para el estudiante el adquirir conocimiento desde la experiencia tanto laboral como empresarial, donde se aplicó y puso en práctica diversos conocimientos adquiridos durante la formación académica.

Siendo de gran importancia este espacio para el futuro profesional, y de igual manera para la entidad, la cual puede contar con una persona capacitada para brindar apoyo en sus procesos administrativos y financieros.

3. JUSTIFICACIÓN

La finalidad de la pasantía es apoyar el desarrollo de las actividades adelantadas en el proceso de afiliados y el proceso de Cámara de Comercio de Facatativá, ejecutadas por parte de las Direcciones Promoción y Desarrollo, la pasantía fue realizada con una duración de 640 horas iniciando el 11 de Marzo y finalizando el 2 de Julio del mismo año.

Se evidenció que la empresa cuenta con falencias de control y desarrollo en el Área de afiliados, situación que requerirá de analizar y diagnosticar el estado actual del área, que permita gestionar la participación en la consecución de los objetivos planteados por la alta dirección de la compañía.

Teniendo en cuenta y analizando otras Cámara de Comercio del país. Se evidencia mejoramiento del Área de afiliados con respecto a cumplimiento en la organización de programas y descuentos en los que los afiliados pueden aplicar.

De esta manera se ve la necesidad de poner como pasante en esta entidad un apoyo para mejorar estos procesos que los mismos afiliados se encuentran insatisfechos.

En el desarrollo de la pasantía se tomó una oportunidad para progresar el proceso del programa de afiliados de la Cámara de Comercio de Facatativá, teniendo como objetivo principal gestionar la mejora del presente en el mismo, y aportando mayor conocimiento a la pasante en cuanto a Promoción y Desarrollo.

Se explica, argumenta y evidencia cada proceso asignado y el resultado obtenido durante la pasantía, la cual ha sido escogida como opción de grado por su aporte

en conocimiento y experiencia que brinda al pasante, para obtener el título de Administradora de Empresas.

4 OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Apoyar el proceso en el área de Afiliados de la Cámara de Comercio de Facatativá, bajo los componentes y principios propuestos por el Área de Promoción y Desarrollo.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Realizar un diagnóstico del programa de afiliados de la Cámara de Comercio de Facatativá.

Aplicar un benchmarking en el programa de Afiliados, en base a 5 Cámara de Comercio a nivel nacional.

Proponer un plan de mejoramiento para el programa de afiliados en la Cámara de Comercio de Facatativá, en cuanto a servicios y descuentos.

5 MARCO DE REFERENCIA

5.1 MARCO TEÓRICO.

En el marco teórico del presente informe que corresponde a la pasantía desarrollada en la Cámara de Comercio de Facatativá va a contener los principales postulados de las siguientes teorías que ayudarán a explicar lo que se aplicó en el ejercicio realizado. Lo contenido en este marco teórico explica una teoría de promoción y desarrollo, teoría de lista de chequeo, teoría de diagnóstico, teoría de benchmarking y la propuesta utilizada a lo largo del presente trabajo.

La Dirección de Promoción y Desarrollo es el Área encargada de gestionar, apoyar y promover diferentes programas y proyectos que fortalezcan el desarrollo empresarial, económico y social en los 37 municipios de la jurisdicción. (Cámara de comercio de Facatativá, 2019).

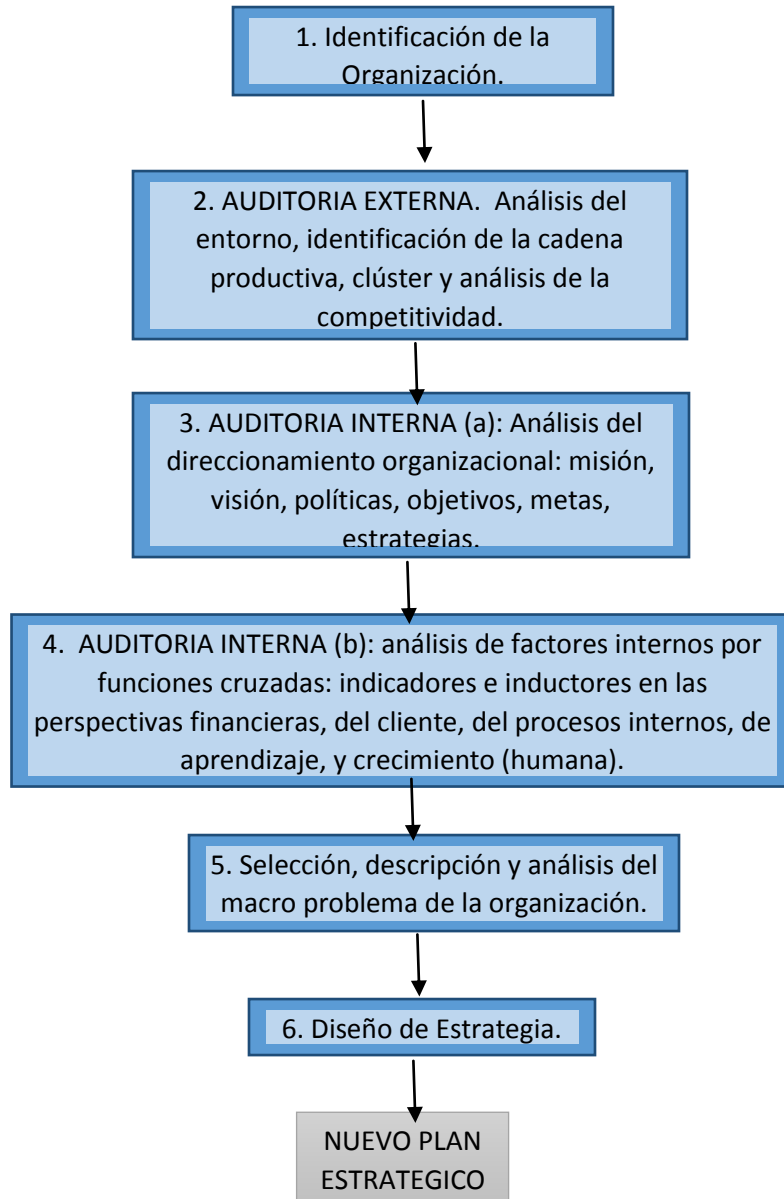
La lista de chequeo, como herramienta metodológica está compuesta por una serie de ítems, factores, propiedades, aspectos, componentes, criterios, dimensiones o comportamientos, necesarios de tomarse en cuenta, para realizar una tarea, controlar y evaluar detalladamente el desarrollo de un proyecto, evento, producto o actividad. Dichos componentes se organizan de manera coherente para permitir que se evalúe de manera efectiva, la presencia o ausencia de los elementos individuales enumerados o por porcentaje de cumplimiento u ocurrencia. (Oliva, 2009). La lista de chequeo determina como respuesta en Si y No, que al final son los que determinan si pasa o no.

El diagnóstico según Elizabeth Vidal es “es un medio, no un fin para potenciar los recursos y la capacidad estratégica de una organización; es un insumo para la planeación estratégica que reconoce la existencia de un “otro”, lo que implica que el entorno es diferente de cero; es un componente de la dirección y la planeación estratégica que sirve para la toma de decisiones e involucra los fines de la productividad, competitividad, supervivencia y el crecimiento de cualquier clase de organización. (Vidal, 2004).

Por otra parte es un aliado para cualquier organización, ya que hoy en día es de vital importancia conocer o tener un diagnóstico para la organización aliado de la dirección y la planeación que sirve para reconocer y evaluar cierta situación de la empresa, sus mayores potenciales y hasta donde la empresa se puede proyectar para lograr sus metas.

Según (Vidal, 2004) el proceso de diagnóstico consta de seis pasos expuestos a continuación.

Tabla 1 Proceso Diagnóstico



Fuente: Libro Diagnostico Organizacional (Vidal,2004)

Este proceso mostrado por la autora sirve para determinar cómo y de qué manera se puede realizar un diagnóstico, gracias a ello Elizabeth Vidal en su libro muestra los aspectos a tener en cuenta y los instrumentos con los cuales se puede trabajar, que tiene la organización como tal, y se puede observar que aspectos de la empresa pueden ser considerados para su realización. Todo depende de la empresa y la identificación de sus problemas.

A continuación se encontrara en la tabla 2, aquellos aspectos que se deben tener en cuenta al momento de querer realizar un diagnóstico.

Tabla 2. Aspectos a Medir.

ASPECTOS A MEDIR	INSTRUMENTOS
1. ENTORNO	Análisis de las fuerzas externas clave. Análisis de la cadena productiva y del clúster al que pertenece la organización. Matriz de perfil competitivo. MPC Síntesis: matriz evaluación de factores externos EFE
2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO	Misión, visión, políticas, estrategias, metas y cultura. Matriz de la posición estratégica y evaluación de la acción PEYEA Cuestionario para evaluar si la organización es de alto rendimiento. OAR
	Balance General.

3. FINANCIERO	Estado de resultados. Presupuesto. Indicadores e inductores.
4. CLIENTES	Sistema de Investigación de mercados. SIM Cuestionario de satisfacción al cliente. Indicadores e inductores.
5. PROCESOS INTERNOS (CADENA DE VALOR)	Indicadores e inductores. Cuestionario: ¿Cómo está la logística en su empresa?
6. FORMACION Y CRECIMIENTO HUMANO	Indicadores e inductores. Evaluación por competencias. Cuestionario de clima Organizacional.
	Síntesis evaluación de factores internos matriz EFI.

Fuente: SÍNTESIS DE LA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL.

(Análisis DOFA, BSC- Mapa estratégico o análisis MAP

Fuente: Libro Diagnóstico Organizacional

Al realizar un diagnóstico organización se obtiene un tipo de análisis de la situación actual de la empresa, es decir, de qué manera se encuentra posicionada en el sector que se pertenecer, el desarrollo, en cada uno de los procesos y de esta manera se compararse con otras empresas, se podrá tener n resultado final con posibles cambios o mejoramientos que se podrían realizar. y por eso es importante ya que se puede potencializar las habilidad, fortalezas y oportunidades que presente el medio y a la vez minimizar, neutralizar todo tipo de amenazas que puedan atentar contra el crecimiento del negocio.

Según Wehrich, Cannice, Koontz en su libro definen la administración como “proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente en el que los individuos que trabajan en grupos cumplen metas específicas de manera eficaz, personas que realizan las funciones gerenciales de planear, organizar, integrar personal, dirigir y controlar. (Wehrich, 2017).

La administración es necesaria para todo tipo de organización, ya que cada una de las personas que administra cualquier tipo de empresa o negocios, tiene como principal meta crear valor agregado para hacer la diferencia con otras empresas. También (Chiavenato, 2014) señala que “es un proceso cuyo fin es alcanzar objetivos en base en el trabajo de las personas o por medio de ellas y de otros recursos de la organización”. Sirve para mantener de manera organizada y bajo control todas las actividades que se realicen en la empresa volviéndose útil para la misma para obtener resultados como ganar tiempo, orden y mejorar la calidad de la misma.

A nivel mundial se conocen diferentes gerentes que a lo largo de sus vidas han generados grandes cambios al mundo, por ejemplo Steve Jobs de Apple Computer, Steve Ballmer, Satya Nadella de Microsoft, Barack Obama expresidente de Estados Unidos e incluso el Papa Francisco.

Todos ellos han administrado organizaciones, y una organización es el conjunto de personas que juntos trabajan para alcanzar las metas propuestas y por esto las funciones de los administradores en la organización que hoy en día son clave para crear un espacio donde todo el personal se sienta motivado para convertirse en un grupo en eficiente y satisfecho.

Generalmente se relaciona la organización y la administración con conceptos similares, pero no es así, según Carlos Dávila de Guevara “son organizaciones se refiere a organizaciones productivas, de servicios, públicas privadas, grandes,

medianas y pequeñas etc. Son organizaciones los ministerios, institutos, empresas estatales de carácter nacional, regional o local” (Dávila de Guevara, 2001). Es por eso que el campo administrativo es tan amplio, porque un buen administrador debe tener claro aspectos acerca de cómo va a manejar la empresa u organización que dirigirá.

5.2 MARCO CONCEPTUAL

Confecamaras: es un organismo de carácter nacional que coordina y brinda asistencia en el desarrollo de sus funciones a las Cámaras de Comercio colombiana, entre otras funciones públicas delegadas por el Estado. He trabajado durante más de cuatro décadas de su existencia en función de los intereses generales del sector empresarial Colombiano. (Cámara de comercio de Facatativá, 2019)

Afiliado: Los afiliados son una parte de los matriculados que se vinculan voluntariamente a la entidad porque comparten la visión de desarrollo y creen en la unión de esfuerzos y recursos económicos como el medio para seguir generando progreso en la región. (Cámara de comercio de Facatativá, 2019)

Cámara de Comercio: es una organización compuesta por titulares de comercio y empresas, cuya actividad confluye en una determinada región geográfica, y que tiene por objetivo velar por los intereses que afectan a su rubro. (Cámara de comercio de Facatativá, 2019)

Beneficio: Mejora que experimenta una persona o una cosa gracias a algo que se hace o se da. (Cámara de comercio de Facatativá, 2019)

Área: Espacio especial y determinado por la gerencia de una empresa, para que allí se cumplan objetivos y metas específicas en una organización.

Mejoría: Progreso en una situación o acción.

5.3 MARCO INSTITUCIONAL.

Cámara de Comercio de Facatativá, es una empresa legalmente constituida, ubicada en la ciudad de Facatativá, la Cámara de Comercio de Facatativá es una organización privada, gremial y sin ánimo de lucro dedicada fundamentalmente a prestar servicios delegados por el estado de alta calidad de manera eficiente, fortaleciendo proyectos de desarrollo socioeconómico en la jurisdicción y comprometidos con nuestro talento humano y el mejoramiento continuo, apoyados en sólidos principios éticos, excelencia trabajo en equipo y liderazgo. (Cámara de comercio de Facatativá, 2019)

DIRECTIVOS

Nombre: Gratiniano Suarez Suarez

Presidente actual de la Cámara de (Weihrich, 2017) Comercio de Facatativá.

La misión de la Cámara de Comercio de Facatativá: Somos una entidad privada sin ánimo de lucro, que promueve el desarrollo sostenible y la competitividad del Noroccidente de Cundinamarca, prestando servicios de alto valor para los empresarios, los inversionistas y el Estado.

La visión de la Cámara de Comercio de Facatativá. En el 2021 lideraremos la innovación de programas de fortalecimiento e integración empresarial en el Noroccidente de Cundinamarca, impulsando la competitividad de nuestros empresarios y promoviendo un desarrollo regional acelerado, sostenible y en paz.

La organización administrativa: de la Cámara de Comercio de Facatativá está dispuesta de forma óptima para coordinar, disponer y ordenar los recursos disponibles (humanos, financieros, físicos y otros) y las actividades necesarias, de tal manera, que se logren los fines propuestos de forma eficiente y eficaz.

Área Promoción y Desarrollo de la Cámara de Comercio de Facatativá: Es el Área encargada de gestionar, apoyar y promover diferentes programas y proyectos que fortalezcan el desarrollo empresarial, económico y social en los 37 Municipios de Jurisdicción. (Cámara de comercio de Facatativá, 2019)

Se destaca por apoyar al empresario y comerciante invitándolos a programas, eventos y actividades para que los mismos tenga la posibilidad de iniciar empresa o hacer crecer negocios, potencializar las fortalezas, innovar en procesos, capacitar por medio de talleres y diplomados, actualizar con las nuevas tendencias del mercadeo y más posibilidades.

Esta Área cuenta con un espacio dentro de la página de la cámara de comercio de Facatativá, donde hay una sección para todos los eventos que se realizan donde los afiliados pueden registrarse y participar. Para los emprendedores hay cursos, capacitaciones y asesoría para la creación de empresas, desarrollar ideas innovadoras y fortalecer los conocimientos. Si el afiliado ya tiene empresa y quiere implementar nuevas ideas el Área de afiliados ofrece, capacitaciones en exportaciones, mejoras en el sistema de gestión de calidad, diplomados y recibimiento de asesorías en la innovación o talleres empresariales.

Si es un empresario interesado en abrir nuevos mercados y tener grandes oportunidades empresariales los afiliados pueden participar en las ruedas de negocios, ferias internacionales, muestras empresariales y programas de competencia internacional. Sus funciones están enfocadas en los siguientes programas como gestión cívica social y cultural la cual se encarga de promover la ejecución de actividades a favor de la cultura, educación, deporte, turismo y recreación. Otro de los programas es promoción a competitividad empresarial, el cual se encarga de mejorar la competitividad regional mediante programas que permitan mejorar las empresas y su entorno.

El siguiente programa es de estudios e investigaciones, se encarga de realizar investigaciones para desarrollar competitividad y desarrollo tecnológico de la región. Otro de los programa se encarga del mejoramiento y conservación del medio ambiente sensibilizando a los afiliados con capacitaciones en diferentes temas. El siguiente se encarga de la seguridad, convivencia y promoción ciudadana, desarrollando por medio de programas que fomenten la cultura ciudadana.

Otro programa se encarga de gestionar proyectos y promocionar el emprendimiento empresarial por medio de actividades la innovación tecnológica, la utilización de redes sociales, administración estratégica y otros temas. El siguiente programa se encarga de fortalecer el sector turístico, fortaleciéndolo en los Municipios de jurisdicción. De igual manera otro programa se encarga de la suscripción de convenios institucionales generando desarrollo social, económico con entidades públicas y privadas.

De igual manera este programa se encarga de proyectos agroindustriales para el mejoramiento de la competitividad de productos en pro de un crecimiento. Se encuentra un programa que se encarga de ferias, ruedas y eventos empresariales para facilitar el apoyo socioeconómico de la región. Y el último programa se encarga de campañas comerciales que se realiza por medio de eventos de carácter comercial para incrementar ventas. Todas estos programas pertenecen al área de afiliados el cual se encuentra bajo la dirección del Señor Gustavo Sánchez y cuenta con un numero de 8 personas encargadas de desarrollar estos temas.

Específicamente para el tema de afiliación y todo lo que conlleva este proceso, se encuentran encargadas dos personas, una de ellas con cargo de profesional I llamada Paola Uribe y Susan López con cargo de supernumeraria.

5.4 MARCO LEGAL

Mediante el **Decreto 2042 de 2014**, se mencionan algunas funciones que las Cámaras de Comercio deben cumplir, que a continuación se citan en este 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. (Gomez, 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. ” (Secretaría General del Senado, 2012)

La presente Ley aplicará al tratamiento de datos personales efectuado en territorio colombiano o cuando al encargado del tratamiento no establecido en territorio nacional le sea aplicable la legislación colombiana en virtud de normas y tratados internacionales. (Secretaría General del Senado, 2012)

6. MÉTODO RESULTADO

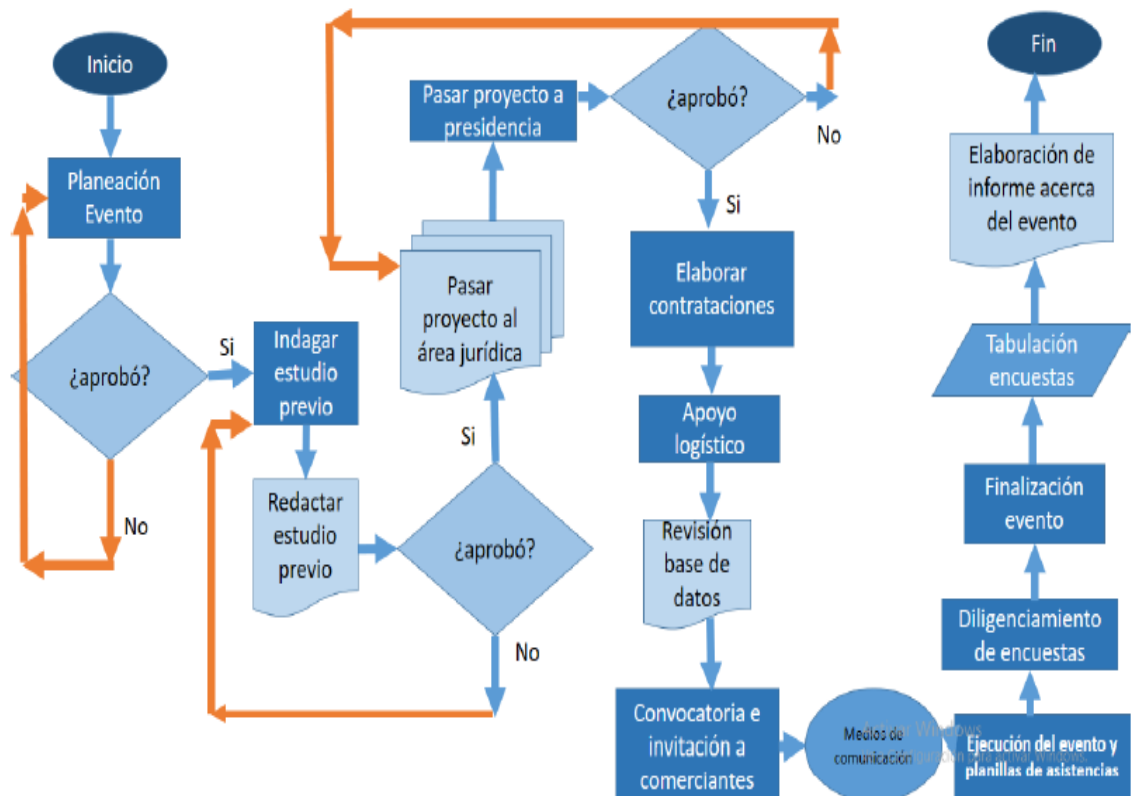
Éste capítulo corresponde a métodos de resultados, el informe contiene en un primera parte el diagnóstico, luego se encontrará beichamarketing, y por último la propuesta, que se observará a continuación.

6.1 DIAGNÓSTICO

Antes de iniciar el diagnóstico se contextualiza, la realización de los eventos en el programa de afiliados en la Cámara de Comercio de Facatativá, los eventos tiene como fin promover el desarrollo y crecimiento de los comerciante y empresarios, para realizarlos, este procedimiento pasa por una toma de decisiones y planeación para llevarla a cabo y es mostrada a continuación.

El proceso que se llevó a cabo se explicará en el siguiente diagrama de flujo.

Figura 1. Diagrama de proceso, planificación de eventos.



Fuente: Elaboración propia.

En el actual diagrama de proceso se evidencia 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 empresarios y afiliados es alta porque este proceso, se realiza con bases de datos, ésta organización depende del municipio donde se realice la actividad. La comunicación es un factor importante al momento de realizar este procedimientos se acude a llamadas de aviso y de confirmación al evento generando de igual manera una lista con los asistente a cada evento respectivo.

Durante el desarrollo de la pasantía, se elaboró un diagnóstico, el cual se realizó entre los meses de Marzo y Mayo, el cual surgió a partir diferentes eventos y capacitaciones en la Cámara de Comercio de Facatativá orientados a los empresarios y afiliados, utilizando herramientas como la lista de chequeo y matriz DOFA, los cuales permitirá evidenciar los posibles problemas que se venía presentando en el momento de convocar a los empresarios y afiliados a participar en las actividades programadas y que por falta de innovación y organización en los programas se venía dando. Este diagnóstico fue realizado con el fin de tener una base sustentable del estado actual del Área y detectar el motivo de las inconformidades de empresarios y afiliado respecto a los beneficios que le otorga la Cámara de Comercio de Facatativá.

Para el inicio del diagnóstico, se toma como base una lista de chequeo, la cual pretende identificar una serie de factores del Área de Promoción y Desarrollo, se toman conceptos claves realizados en la misma para analizar con que cuenta el Área y de esta manera acercarse al resultado para implementar una mejoría. Cabe aclarar que la lista de chequeo se respondió por observación directa.

Tabla 3 Conceptos por evaluar.

CONCEPTOS POR EVALUAR	Si	No
1. Se aplica la gestión estrategia para alcanzar los objetivos.	X	
2. Se gestiona la dirección empresarial para conseguir los objetivos.	X	
3. El directivo del área evalúa la función de planificación		X
4. La organización de promoción y desarrollo agrupa actividades necesarias para desarrollar estrategias	X	
5. Se asigna y coordina los recursos de la empresa	X	
6. Se realiza un buen proceso de trabajo		X
7. Se establece un buen procedimiento de trabajo		X

8. Se maneja buen rendimiento en la empresa para mejores resultados		X
9. Se han definido los objetivos adecuadamente de corto y largo plazo		X
10. Se cuenta con información de empresarios y comerciantes para posibles cambios	X	
11. Se detectaron oportunidades y amenazas en la empresa	x	
12. La empresa vigila constantemente las amenazas presentadas		x
13. Se identifican las ventajas competitivas		x
14. Se coordinan actividades internas	x	
15. Se interactúa con los comerciantes para brindar mejor servicio y mejores precios.		x
16. Las tareas y responsabilidades están claramente definidas	x	
17. Se designa adecuadamente las funciones y tareas	x	
18. Hay comunicación y apoyo a los empleados		X
19. Es adecuado el sistema de análisis de resultados en los procesos		X
20. Se tienen en cuenta los problemas y puntos débiles del área.		x
21. Es adecuado el sistema de desarrollo de modificaciones y mejoras a los procesos		x
22. La empresa se diferencia con otras cámaras de una manera elevada		x
23. Se identifican la necesidades del afiliado		X
24. Existe un sistema de control para los procedimientos en el área	x	
25. Dispone de los medios adecuados y suficientes para dar a conocer sus servicios y beneficios.		X
26. Se tiene buena comunicación con los empleados para fortalecer el vínculo de socios	x	
27. Página web del área	x	
28. Se tiene relación con los clientes frecuentemente respecto a		x

gustos, necesidades.		
29. Ha evaluado los resultados de las consultas de su página web con las preguntas clave que hacen los comerciantes.		x
30. Se presta atención a las observaciones de los afiliados		X
31. Se les presta buena atención a los afiliados	X	
32. Se les satisface las necesidades a los afiliados como comerciantes		X
33. Se capacita a los empresarios	X	

Fuente: Elaboración propia.

Se tuvo en cuenta que cada uno de los conceptos se implementara, en el Área de Promoción y Desarrollo de la Cámara de Comercio de Facatativá, de 33 factores evaluados se tuvo un promedio considerables con mayoría de respuesta en NO, con un total de factores de 19 en comparación del SI con 14. Durante el transcurso de la pasantía, asistieron varios empresarios los cuales querían pertenecer a esta misma o eran participes, aportaron ideas sugerencias y quejas, dando a conocer sus inconformidades con el programa de afiliados de la Cámara de Comercio de Facatativá. Se analizó que las sugerencias como el Área quedaban como simple observación.

A continuación se encontrará el matriz DOFA

Se realizó una matriz DOFA donde se pudo analizar de manera más detallada, factores internos y externos como son amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas. El análisis se tomó en base a otras Cámara de Comercio como la de Medellín, Barranquilla, Bogotá, Cali entre otras, los beneficios al pertenecer al Área de afiliados de las respectivas cámaras mencionadas. Teniendo así como resultado mayores debilidades y amenazas, dando a resaltar una las posibles estrategias a aplicar.

Tabla 4. DOFA

MATRIZ DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Factores Internos</p> <p>Factores Externos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - F1.Capacitación a los empresarios - F2.Se aplica la gestión estrategia para alcanzar los objetivos. - F3.Se cuenta con información de empresarios y afiliados, para posibles cambios. - F4.Se coordinan actividades internas -F5. Se les presta buena atención a los afiliados 	<ul style="list-style-type: none"> - D1.El directivo del área no evalúa la función de planificación. -D2.No se establece un buen procedimiento de trabajo. -D3.No se define los objetivos adecuadamente de corto y largo plazo. -D4.No se tiene en cuenta los problemas y puntos débiles del área. -D5.No se identifican las necesidades del afiliado.
OPORTUNIDADES	FO	DO
<p>O1. Mejora del programa a través de nuevos aliados.</p> <p>O2.El creciente número de empresas interesadas en pertenecer al programa de Afiliados.</p> <ul style="list-style-type: none"> - O3. Otras Cámaras de Comercio no cuentan con la misma infraestructura en la página web. 	<p>Enfocarse en un segmento de comerciantes específicos (afiliados)</p>	<p>Competir en base a la diferenciación</p>
AMENAZAS	FA	DA
<ul style="list-style-type: none"> - A1.Mayores ingresos en otras Cámaras de Comercio a nivel 	<p>Mejores las propuestas e ideas para generar mayor inversión al</p>	<p>Establecer nuevos sistemas de información por medio de redes</p>

nacional. - A2.Mayores beneficios en la Cámara de Comercio de Bogotá.	programa.	sociales. .
---	-----------	----------------

Fuente: Elaboración propia.

La matriz DOFA en los factores externos como las amenazas y las oportunidades, se encuentra un factor dominante en cada uno de ellos, en las amenazas el factor más fuerte es convenios y descuentos que actualmente se está manejando en la Cámara de Comercio de Facatativá, actualmente no es considerado entre los mejores y gracias a esto se genera insatisfacción en los afiliados, teniendo como factor fuerte en las oportunidades es el debido proceso de comunicación, puesto que la parte de planeación se encuentra bien en la empresa, sin embargo se tiene dificultades al momento de ejecutar, por lo cual el paso a seguir es generar estrategias de comunicación que sea la base del programa generando un equilibrio con lo cual se espera perfeccionar el programa de afiliados.

En conclusión en el diagnóstico se analizar que el Área de Promoción y Desarrollo, carece de apoyo, planeación y mejor dirección para los programas establecidos y realizados allí, en este caso el de afiliados, ya que es la Cámara de Comercio de Facatativá depende de los ingresos obtenidos de este programa para implementar mejorías en la misma, por lo contrario se observa que este programa es uno a los cuales se le presta poca atención, sin contar que algunos los empresarios no quieren seguir haciendo parte del mismo y se desafilian ,ya que los beneficios y descuentos no son de alta importancia y beneficio para los comerciantes.

6.2 BENCHMARKING

Durante el desarrollo de la pasantía se elaboró un benchmarking en el programa de afiliados de las siguientes Cámaras de Comercio: Cámara de Comercio de Bogotá, Cámara de Comercio de Girardot, Cámara de Comercio de Cali, Cámara de Comercio de Medellín y Cámara de Comercio de Barranquilla, este benchmarking se realizó entre Mayo y Junio, el cual surgió a partir las inquietudes de varios comerciantes en el programa de afiliados, los cuales permitirá evidenciar las diferencias propuestas por cada una de ellos, para buscar mejoras en los procesos del área de promoción y desarrollo.

En el benchmarking participaron, comerciantes y afiliados por medio de los eventos realizados, se escucharon a los asistentes poniendo temas para que participaran y se lograra un dialogo donde quedaran expuestas sugerencias, quejas, reclamos e inconformidades, las cuales generaron la inquietud acerca de que beneficios, tarifas brindaban otras cámaras.

En cuestión beneficios y generalidades es donde se encuentra la debilidad en la Cámara de Comercio de Facatativá, puesto las otras Cámaras cuentan con mayores y atractivos beneficios donde motivan a los comerciantes a vincularse como afiliados, puesto que su portafolio de convenios y descuentos es mejor que en la Cámara de Comercio de Facatativá.

A continuación se mostrará una tabla donde se expone lo implementado en Cámaras de Comercio a nivel nacional y como manejan su página web, vinculaciones, beneficios y reglamentos respecto al programa de afiliados.

Tabla 5 .Programa de Afiliados

	Página Web	Vinculación	Reglamen to	Beneficios	Generalidades
Cámara de Comercio Bogotá	Si Cuenta con página web	-Solicitud Virtual. -Solicitud presencial. - Requisitos y Condiciones.	No cuenta	-Certificación Comercial de Afiliados. -Renueve su membresía al Círculo de Afiliados. -2 carnets promocionales para Corferias. - Elegir y ser elegido miembro de la Junta Directiva de la Cámara de Comercio de Bogotá. -Dar como referencia a la Cámara de Comercio de Bogotá - Acceder gratuitamente a las publicaciones de la Cámara de Comercio de Bogotá. -Obtener gratuitamente las certificaciones.	-Noticias sobre Afiliados. -Renovación de Afiliación.
CC Girardot	Si Cuenta con página web	-Estar matriculado en el registro mercantil -Solicitud virtual -Cumplir con la Ley 1727 del 2014	Si cuenta, document o PDF	-Certificado mercantil. -Atención preferencial. Convocatorias preferenciales. -Formulario gratuito para renovar matrícula mercantil. -Descuentos - Alquiler de salones y carpas institucionales.	-Club preferencial. -Cuenta con un espacio en la página web para el área de promoción y desarrollo.
	Si Cuenta con	-Cuenta con un	Cuenta	-Atención Preferencial	-Correo para

Cámara de Comercio Cali	página web	paso a paso con pre requisitos para pertenecer al grupo de afiliados, mas no aclara la vinculación.	con enlace directo.	-Encuentros para su Crecimiento -Contactos para su Negocio -Asesoría para su Empresa -Información para sus Decisiones -Convenios para su Competitividad -Participación en el Desarrollo	afiliados (cce@ccc.org.co) -Asesoría para las empresas.
Cámara de Comercio Medellín	Si Cuenta con página web	-Cumplir los requisitos y condiciones -Solicitar formulario y diligenciarlo -Remitir -Verificación de requisitos. -Confirmación. -Pagar el valor de la cuota de afiliación	No Cuenta.	-Atención preferencial -Acceso exclusivo a información. -Expedición gratuita de documentos.	-Diagnostico empresarial. -Solución de conflictos.
Cámara de Comercio Barranquilla	Si Cuenta con página web	Solicitud Virtual. Manual para descargar certificados.	Document o PDF	Formación para Afiliados (gratis) Cursos	Boletín del Afiliado. (promoción tu negocio)

Fuente: Elaboración Propia.

Se puede ver las diferentes actividades que cada una de las cámaras de comercio aplican como estrategia para fidelizar y atraer afiliados, ofreciéndoles descuentos, en algunos casos comerciales, de salud, o educativos que permiten beneficiar al dueño del establecimiento o adquirir conocimiento para la mejoría de la empresa.

En la siguiente tabla se muestra de manera más detallada el número de convenios y/o descuentos que manejan cada una de estas Cámaras, se realizó de manera

más específica para tener claro, en que se interesan las cámaras en ofrecerles a sus afiliados, se califica en convenios educativos, comerciales y de salud, para obtener resultados e información más detallada.

Tabla 6 Convenios.

	Salud	Educativos	Comerciales	Otros
Cámara de Comercio Bogotá	No cuenta	- Bono de descuento por \$400.000 + un descuento adicional del 20 % para redimir en cualquiera programa de formación empresarial: Diplomados, Programas especializados y Programas Tutor. -Once cursos de formación los cuales cuentan entre 15 y 30 % de descuento.	-Dos curso de formación con acceso gratuito 5 veces al año. - Ingreso gratis a Corferias. -Descuento con clubs ejecutivos.	No cuenta
Cámara de Comercio Girardot	-Con dos convenios entre el 5% y el 20% de descuento.	-Cuenta con un convenio con un descuento del 45 % en la escuela de arte y letras.	- Cuenta con más de 25 convenios con establecimientos comerciales con descuentos desde el 5% al 35%	No cuenta
Cámara de Comercio Cali	No cuenta	Seminarios, proyectos, certificaciones, en promedio entre el 10% y el 25% de descuento	No cuenta	Pauta revista acción entre el 15% y el 25% de descuento.
Cámara de Comercio Medellín	No Cuenta	-Consultoría -Conocimiento -Plataformas negocios -Solución Conflictos	No cuenta	No cuenta
Cámara de Comercio Barranquilla	No cuenta	-Formación empresarial como capacitaciones, Diplomados, cursos entre el 10% y el 20 % de descuento	-Boletín del Afiliado. (gratis)	-Boletín del Afiliado. (gratis)

Fuente: Elaboración propia con base en (Cámaras de Comercio Bogotá, Cali, Medellín, Girardot y Barranquilla)

Los convenios se clasifican en salud, educación, comerciales y otros. Se puede observar que otras Cámaras de Comercio cuentan en general con mayores convenios los cuales se tienen mayores descuentos, ideas y oportunidades para el aprovechamiento del programa de afiliados, se pueden detallar en la tabla 6 con finalidad de capacitarlos y generar un mejor programa. Lo cual pone en desventaja a la Cámara de Comercio de Facatativá, puesto que al analizar estos factores es notoria la inversión y atención al Área.

Este benchmarking, se realizó, con base a las opiniones y sugerencias de los afiliados, realizando una comparación entre las diferentes Cámara de Comercio a nivel Nacional, y cada una de los beneficios, ventajas y descuentos que las ofrecen a sus afiliados, se pudo observar que las mayoría de las cámaras se fundamentan es en descuentos educativos, más que comerciales y del área de salud, y esto se debe a que a las Cámaras les interesa afiliados exitosos, con posibilidades de hacer crecer sus empresas y que sus representantes legales se capaciten y adquieran conocimientos para mejoras de las empresas.

De igual manera se puede observan que Cámara de Comercio de ciudades como Barranquilla, Medellín, Bogotá, no cuentan con mucho interés en descuentos de salud como lo hace la Cámara de Comercio de Girardot, esto quiere decir que las otras Cámaras de Comercio se han encargado de mejorar el portafolio de convenios y servicios cada día mejorándolo, y brindando mayores oportunidades para los afiliados y para ellos mismos.

6.3 PROPUESTA DEL PROGRAMA DE AFILIADOS

Durante el trascurso de las pasantías, diferentes aspectos manejados en el área de afiliados en diferentes Cámaras de Comercio se tomaron en cuenta y se detallaron, para analizar los portafolios de convenios y descuentos que tiene cada una de ellas, se toma las mejores propuestas y alternativas para proponer una

mejora. En esta propuesta participaron los comerciantes y afiliados, los cuales dieron sus puntos de vista, y lo que quisieran ver en su programa, para sentirse motivados en continuar en el grupo de afiliados.

A continuación se mostrarán las propuestas que se consideran en cada ámbito como lo es salud, comercio, educación, y en cada una se mostrará su posible desarrollo, adicionalmente se propone una nueva cara llamada mesas de trabajo, donde se busca proponer una solución a una de las inconformidades de los afiliados.

Tabla 7 Propuesta

Convenios	Meta	Propuesta	Desarrollo	Beneficiarios	Responsable	Duración	Presupuesto	Plan de seguimiento
Salud	Incrementar la participación comercial y brindar mayores beneficios en salud a los afiliados.	Incrementar en un 5% los convenios actuales.	Convocando a una reunión para tratar la propuesta	Afiliados. Acceder a un mayor descuento. Cámara: Solidificar el are de Promoción y Desarrollo. Empresa: Mayores clientes	Presidente: Gratianiano Suarez. Director de Promoción y Desarrollo: Gustavo Sánchez	6 meses	No aplica puesto que el convenio ya está creado y vigente.	-Informar a los afiliados las modificaciones realizadas a los descuentos. -Incentivar a los afiliados a participar teniendo un portafolio con todos los servicios prestado por las empresas.
Educación	Brindar a los afiliados mayores oportunidades para capacitarse y adquirir los conocimientos para sus empresas	1. Elaborar nuevos convenios, ofreciendo programas de pre grado y pros grado.	Dirigirse como Cámara de Comercio, a estas instalaciones y presentar propuesta.	1. Afiliados: Mayor capacitación. Empresa: Mayores clientes Cámara: Solidificar el are de Promoción y Desarrollo. 2. Afiliados: Capacitarse como	Presidente: Gratianiano Suarez. Director de Promoción y Desarrollo: Gustavo Sánchez	2 años	\$5.000.000	Convocar reuniones con los representantes legales de las empresas.
		2. Incrementar el número de formación, cursos y talleres de emprendimient	Presentar la propuesta al presidente de la cámara de	empresario. Empresa: Mayores clientes Cámara: Solidificar el are de Promoción y Desarrollo.	2. Presidente: Gratianiano Suarez. Director de Promoción y Desarrollo: Gustavo Sánchez			Presentar propuesta al Presidente de la Cámara, esperar aprobación del mismo para implementar la propuesta.

		o al año. (Gratis)	comercio	3. Afiliados: Capacitarse como empresario.		1 año	\$4.000.000	
		3. Ofrecer mayores porcentajes de descuento en diplomados, asesorías, tramites.	Presentar la propuesta al presidente de la cámara de comercio	Empresa: Mayores clientes Cámara: Solidificar el are de Promoción y Desarrollo.	3. Presidente: Gratianiano Suarez. Director de Promoción y Desarrollo: Gustavo Sánchez			Presentar propuesta al Presidente de la Cámara, esperar aprobación del mismo para implementar la propuesta.
						1 año	\$8.000.000	
Comercio	Incrementar actividades comerciales, motivando a comerciantes a pertener al programa de afiliados.	Vincular nuevos establecimient os comerciales de la región para tener mayor participación y mayores descuentos satisfaciendo las necesidades de los afiliados.	Presentar la propuesta al presidente de la cámara de comercio	Afiliados: Oportunidades comerciales Empresa: Mayores clientes Cámara: Solidificar el are de Promoción y Desarrollo satisfaciendo las necesidades de los afiliados.	Presidente: Gratianiano Suarez. Director de Promoción y Desarrollo: Gustavo Sánchez	1 año	No aplica, la idea principal es incentivar a ambas partes.	Presentar propuesta al Presidente de la Cámara, esperar aprobación del mismo para implementar la propuesta.

Mesas de Trabajo	Fortalecer el equipo empresarial, trayendo beneficios a todos los comerciantes que se encuentran afiliados	Formalización de mesas empresariales. Llamadas "Yo sé quién tiene lo que usted necesita"	Reunir a los afiliados de diferente sectores comerciales, a generar oportunidades comerciales, dando prioridad al programa de afiliados.	Afiliados: Oportunidades comerciales Empresa: Mayores clientes Cámara: Solidificar el are de Promoción y Desarrollo, abriendo espacio a mesas de emprendimiento.	Presidente: Gratianiano Suarez. Director de Promoción y Desarrollo: Gustavo Sánchez	1 año	\$1.000.000 por evento	Presentar propuesta al presidente de la Cámara, para realizar estas mesas de trabajo, 3 veces al año, una cada trimestre.
-------------------------	--	--	--	---	--	-------	------------------------	---

Fuente: Elaboración propia

Estas actividades son necesarias, como se observa es una buena opción tenerlas en cuenta, son rentables y por ende al tenerlas en cuenta hará de la cámara una organización exitosa, los afiliados siempre mencionan los beneficios que quieren obtener pero muchas veces se hace caso omiso y se continúa de la misma manera, la idea con estas mejoras es beneficiar a la Cámara de Comercio con la satisfacción de los afiliados teniendo como resultado que los mismos permanezcan en el programa, y que gracias a ello se puedan hacer proyecciones futuras en el programa.

Por otra parte, los actuales afiliados se sentirán escuchados y motivados a seguir con sus emprendimientos por que verán en el programa de afiliados una oportunidad de surgir y una mano amiga que será la Cámara de Comercio.

Los convenios se realizaron especificando el área al que se dirigen, puesto que hay diferentes convenios como los son en salud, educación, y comercio, los cuales se pueden mejorar y ampliar, se abre una nueva alternativa llamada mesas de trabajo como idea principal de los afiliados en conocerse con ellos mismos para generar nuevas alianzas empresariales del mismo programa, generando así mayor participación y actividad en cada una de sus labores como comerciantes.

CONCLUSIONES

Con la elaboración del diagnóstico, se puede concluir que los beneficios con los que cuenta actualmente el programa de afiliados en gestión de programas, de planes y afiliados, no son lo suficientemente contundentes para que el programa sobresalga entre las otras Cámaras de Comercio, gracias a la lista de chequeo y a la matriz DOFA se detalla de manera más precisa, debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas con las cuales cuenta actualmente el Área de Promoción y Desarrollo y de esta manera tener estrategias específicas para proceder más adelante a una propuesta.

Se concluye en el momento de ejecutar cada idea o proyecto, asegurar que el mismo llegue a su fin, que es la satisfacción de los afiliados, ejecutar lo planeado.

La realización del Benchmarking permitió conocer los diferentes programas de afiliados de Cámaras de Comercio a nivel nacional, que sirve para mejorar el programa de afiliados en la Cámara de Comercio de Facatativá. Se pudo detallar que tienen en comparación como tarifas, portafolio de beneficios. 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 probar que otras Cámaras de Comercio a nivel nacional, ofrecen un portafolio de beneficios atractivo, y de igual manera observando estas diferencias, poder hacer un fortalecimiento en el programa de afiliados, brindando los mejorarse servicios y beneficios.

Se propone unas nuevas alternativas para que la Cámara de Comercio de Facatativá, lo analice en su junta directiva y se pueda promover e incentivar para que más afiliados lleguen y se vinculen al programa. La realización de la

propuesta tiene un costo de \$18.000.000, que económicamente hablando mejorara el Área de afiliados.

RECOMENDACIONES

Se recomienda, tener en cuenta cada uno de los aspectos tomados y evaluados en la lista de chequeo, los aspectos de la matriz DOFA y las estrategias propuestas allí, ya que el diagnóstico pudo evidenciar falencias que con una mejor organización y dirección se puede cumplir con los mencionados, estableciendo un trabajo estratégico con todos los funcionarios del Área.

Se sugiere tener en cuenta el portafolio de beneficios del Área de afiliados de las diferentes Cámaras de Comercio a nivel nacional tomadas, para analizar de manera más detallada aspectos a mejorar para ofrecer un mejor servicio, mejorando el propio portafolio de la Cámara de Comercio de Facatativá.

Se recomienda implementar la propuesta presentada, es un plan que es económicamente viable, con una realización manejable y accesible al momento de ejecutarse, beneficiando la situación y las falencias encontradas en el diagnóstico para el programa de afiliados en general.

BIBLIOGRAFÍA

(s.f.).

Cámara de comercio de Facativá. (2019). *Cámara de comercio de Facativá*.

Obtenido de <https://ccfacativa.org.co/nuestra-camara/>

Cámara de comercio de Villavicencio. (2014). *Cámara de comercio de*

Villavicencio. Obtenido de <http://www.ccv.org.co/site/>

Cámara de comercio de Facativá. (2019). Cámara de Comercio de Facativá.

Obtenido de: <https://ccfacativa.org.co/promocion-y-desarrollo/>

Chiavenato, I. (2014). *Proceso Administrativo*. Bogotá: Mc Graw Hill.

Dávila de Guevara, C. (2001). *Teorías organizacionales y administración*. Bogotá:

Mcgraw Hill.

Gomez, C. A. (20 de Abril de 2017). ABC del Habeas Data, Ley 1581 del 2012. *El*

tiempo.

Oliva, P. (2009). Listas de chequeo como técnica de control. Extraído el 16 de agosto

desde:

<http://www.minsal.gob.cl/portal/url/item/7cf9e499a55c4cc7e04001011f016c69.pdf>

Secretaría General del Senado. (2012). *Secretaría General del Senado*. Obtenido

de

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1581_2012.html

Vidal, E. (2004). *Diagnostico Organizacional*. Bogotá: Ecoe Editores.

Wehrich, C. (2017). *LA administración como proceso*. Es: Mc Graw Hill.

ANEXOS

Anexo 1 Evidencia respecto a reuniones con Afiliados en Villeta- Cundinamarca.

Figura 2 Evidencia respecto a reuniones con Afiliados en Villeta- Cundinamarca



Fuente: página web Cámara de Comercio de Facatativá

Figura 3 Evidencia respecto a reuniones con Afiliados en Facatativá- Cundinamarca.



Fuente: página web Cámara de Comercio de Facatativá.