

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea del CRAI-Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la CRAI-Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad. Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su 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, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación, CRAI-Biblioteca Universidad

Santo Tomás, Bucaramanga

Informe Final Practica Empresarial Centro de Consultoría Empresarial

Manuel David Barraza Carreño

**Informe de Práctica Empresarial para dar cumplimiento a requisito para optar el título
como Profesional en Negocios Internacionales**

Tutor

Daniel Peñaloza Flórez

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad Negocios Internacionales

2021

Dedicatoria

A Dios por acompañarme en cada paso del camino, a mis padres y mi hermana por el amor incondicional que me han brindado, por brindarme un hogar y todo que las riquezas no pueden conseguir. A mis familiares cercanos, a mis amigos de infancia Alex y Giovanni por todo lo que hemos compartido y a los amigos que hice en la universidad que me acompañaron durante estos años, siempre estaré agradecido.

Agradecimientos

A todos aquellos con los que he cruzado caminos a lo largo de la vida y han dejado una huella indeleble agradezco por compartir lo que tenían conmigo: amigos, compañeros, maestros, conocidos, que los cielos os recompensen pues yo solo puedo darles mi más sincero agradecimiento. Al Centro de Consultoría, al director Andrés Trillos por la oportunidad y confianza depositada y a cada uno de sus miembros gracias por sus valiosas enseñanzas y correcciones que han contribuido a mi formación profesional y personal. A la Universidad Santo Tomás por contribuir en mi desarrollo académico, profesional y humanista, especialmente a los docentes de la carrera que me enseñaron grandes cosas y recordaré siempre.

Contenido

Introducción	11
1.Informe Final Practica Empresarial Centro de Consultoría Empresarial	12
1.1Justificación	12
1.2 Objetivos	12
1.2.1 General	12
1.2.2 Específicos	13
2. Perfil Universidad Santo Tomás	13
2.1 Misión.....	13
2.2 Visión	14
3. Perfil Centro de Consultoría Empresarial “CCE”	15
3.1 Misión.....	15
3.2 Visión	16
3.3 Portafolio de Productos y Servicios	16
3.4 Asesorías y Consultorías	17
3.5 Entrenamiento Empresarial	17
3.6 Proyectos de Cofinanciación	18
3.7 Emprendimiento, Creatividad e Innovación Empresarial	18
3.8 Alianzas Estratégicas.....	18
4. Cargo y Funciones	19
4.1 Funciones Desempeñadas	20
4.2 Descripción Funciones en el CCE	21
4.2.1 Apoyo en investigación requisitos de etiquetado y fitosanitarios para el producto: Aceite de Sacha Inchi para la empresa Wearethecornerstone.....	21
4.2.2 Participación en la capacitación y acompañamiento de estudiantes de la universidad Santo Tomás frente al evento Santander Compra Santander.	22
4.2.3 Investigación de mercados para la Fundación Cardiovascular FCV en torno a turismo de salud en Panamá, Turcos y Caicos y Bolivia.....	23
4.2.4 Apoyo y acompañamiento del proceso de creación de plan de marketing internacional para la Fundación Cardiovascular FCV del programa 770 Export.....	23

4.2.5 Apoyo en la realización de informes soportes de facturación de actividades del plan de acción de empresas del programa 770 Export 2020	24
4.2.6 Apoyo en investigación de mercado de Republica Dominicana del Sector de productos lácteos, frutas procesadas y jugos	25
4.2.7 Apoyo en investigación de potenciales distribuidores para la empresa Soliplast en Bolivia	25
4.2.8 Investigación de mercados del sector de vehículos todo terreno (UVT, ATV), barcos recreacionales y sus repuestos, camisas para motores en Estados Unidos.	26
4.2.9 Apoyo en investigación de mercados y análisis de la situación económica de sectores de interés para la empresa ESSI en México.....	27
4.2.10 Investigación de mercado del sector de salud y financiero de Costa Rica en relación con los servicios ofrecidos por la empresa Smart Data del programa 770 Export 2020.....	27
4.2.11 Apoyo y acompañamiento a la empresa Pretecor en el desarrollo de su plan de acción del programa 770 Export 2020	28
4.2.12 Apoyo en investigación de mercados africanos de interés y posterior diseño de campaña de marketing digital para la empresa Penagos.....	29
4.2.13 Apoyo en investigación de estudio de factibilidad para Phina en el mercado de Guatemala en el sector Avícola, Sector pecuario, Aceite de palma y Alimentos Balanceados.....	29
4.2.14 Apoyo en investigación de mercado sobre demanda en países de interés para el producto: grasas lubricantes y aceites en mercados de interés para la empresa Kroil del programa 770 Export 2020.....	30
5. Marco Conceptual Y Normativo Utilizado Para El Desarrollo De Las Funciones De La Práctica Empresarial	31
5.1 Aportes Practicante a la Empresa	31
5.2 Aportes Empresa al Practicante.	32
6. Conclusiones y Recomendaciones.....	32
Referencias.....	33

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Organigrama Funcional Universidad Santo Tomás</i>	14
Figura 2. <i>Líneas de trabajo del Centro de Consultoría Empresarial</i>	16
Figura 3. <i>Alianzas estratégicas del Centro de Consultoría Empresarial de la Universidad Santo Tomás</i>	19
Figura 4. <i>Logos utilizados en el etiquetado de productos en Francia</i>	22
Figura 5. <i>Capacitación Empresarios Santander Compra Santander</i>	22
Figura 6. <i>Investigación de Mercado de Panamá en Turismo Médico</i>	23
Figura 7. <i>Construcción de Campaña de Marketing Internacional para FCV</i>	24
Figura 8. <i>Informes soportes plan de acción de empresas Adipack y Penagos</i>	24
Figura 9. <i>Investigación de Mercado de Republica Dominicana</i>	25
Figura 10. <i>Investigación de mercado de potenciales distribuidores en Bolivia</i>	26
Figura 11. <i>Investigación de Mercado de Estados Unidos para la empresa LAVCO</i>	26
Figura 12. <i>Investigación de Mercados para la empresa ESSI</i>	27
Figura 13. <i>Investigación de mercado para la empresa Smart Data</i>	28
Figura 14. <i>Consultoría Empresa Pretecor</i>	28
Figura 15. <i>Estudio de Uso de redes Sociales en Países Priorizados para la Empresa Penagos</i>	29
Figura 16. <i>Investigación de estudio de factibilidad para sectores de interés para empresa Phina</i>	30
Figura 17. <i>Consultoría con la empresa Kroil</i>	30

Glosario

Marketing: “Marketing es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo con lucro. El Marketing identifica necesidades y deseos no realizados. Define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el lucro potencial.” (Kotler P, s.f.)

Consultoría Empresarial: “Un servicio profesional que proporciona propuestas y sugerencias concretas a los empresarios para resolver los problemas prácticos que tienen en sus organizaciones, depositando su total confianza en los profesionistas internos o externos a la empresa, que tienen como objetivo ayudar a que las necesidades de determinada organización se adapten a los planes estratégicos que se llevan a cabo a través del asesoramiento y de la toma de decisiones del consultor”. (Vega, 2011)

Aduana: “Servicios administrativos responsables de aplicar la legislación aduanera y de recaudar los derechos e impuestos que se aplican a la importación, a la exportación, al movimiento o al almacenaje de mercancías, y encargados asimismo de la aplicación de otras leyes y reglamentos relativos a esas operaciones.” (ALADI, s.f.)

Logística: “Es una función operativa importante que comprende todas las actividades necesarias para la obtención y administración de materias primas y componentes, así como el manejo de los productos terminados, su empaque y distribución a los clientes” (Ferrel et ál, 2004, p. 282).

Comercio Electrónico: “La producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes o servicios por medios electrónicos.” (OMC, 2011)

Resumen

Como resultado de todo el proceso formativo realizado en la universidad Santo Tomás, donde se generaron los espacios y ambiente adecuado para el aprendizaje de conocimiento y desarrollo de habilidades duras y blandas, son las prácticas empresariales como opción de grado una manera entre las opciones que se disponen donde es posible realizar actividades propias de la profesión de negocios internacionales como antesala al mundo laboral y empresarial en el que puede desenvolverse el estudiante próximamente Profesional en Negocios Internacionales.

El Centro de Consultoría Empresarial CCE de la Universidad es un espacio propicio para aplicar el conocimiento adquirido con empresas reales apoyándolas en temas de internacionalización, costos y logística, aduanas, legislación comercial, mercadeo internacional, relacionamiento internacional, finanzas, inteligencia de mercados, etc. Todos estos aprendidos durante el transcurso de la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás.

Palabras Clave: Internacionalización, Practica Empresarial, Legislación comercial Internacional, Marketing, Logística y Costos, Acuerdos Comerciales, Barreras no arancelarias, Aduana, Comercio Electrónico.

Abstract

As a result of all the formative process carried out at the university Santo Tomás, where the spaces and adequate environment for learning knowledge and development of hard and soft skills were generated, business practice as a degree option are one of the options available where it is possible to perform activities of the profession of international business as a prelude to the working and business world in which the student can develop, soon to be a Professional in International Business.

The Business Consulting Center CCE of the University is a favorable space to apply the knowledge acquired with real companies, supporting them in internationalization, costs and logistics, customs, commercial legislation, international marketing, international relations, finances, market intelligence, etc. All learned during the International Business career at Universidad Santo Tomas.

Keywords: Internationalization, Business Internship, International Trade Legislation, Marketing, Logistics and Costs, Trade Agreements, Non-tariff barriers, Customs, E-commerce.

Introducción

El desarrollo humano en constante mejora, automatización y desarrollo tecnológico avanza a grandes pasos, sumado a esto nuevas amenazas globales tales como Pandemias han afectado la forma en la que venían realizándose la dinámica comercial internacional, así como cambios en profesiones que eran predominantemente presenciales a un ambiente virtual, lo que ha acelerado el proceso de adaptación de las industrias a las nuevas tecnologías. Por lo anterior el Profesional en Negocios Internacionales debe actualizarse y adaptarse rápidamente a estas nuevas dinámicas y buscar innovar en las mismas para seguir siendo competitivo en el mercado.

Esto puede evidenciarse y aplicarse durante la practica comercial en el Centro de Consultoría empresarial de la Universidad Santo Tomás, con empresas que enfrentan estos nuevos retos y que buscan mejorar sus procesos de internacionalización en aras de mantenerse competitivas en un mercado cada vez más exigente e interconectado

1. Informe Final Practica Empresarial Centro de Consultoría Empresarial

1.1 Justificación

La práctica empresarial como opción de grado es muy importante debido a que esta permite al estudiante tener un acercamiento a la realidad, pasando del plano académico y teórico del ambiente universitario al plano comercial y laboral de la sociedad. De esta forma el estudiante tiene la oportunidad de evaluar de qué manera aplicar eficazmente las habilidades y conocimientos adquiridos y de generar impactos positivos y propositivos en la organización en la que realice la práctica empresarial. Ya sea mejorar los procesos que actualmente lleva realizando la compañía, proponiendo nuevas formas de alcanzar las metas propuestas por la organización, esta no es solo una oportunidad para el estudiante sino para la propia organización, mientras el estudiante gana experiencia real, la empresa ve cómo puede mejorar sus procesos en base al conocimiento que le presenta el practicante en base a nuevas oportunidades y tendencias en negocios de un mercado globalizado en constante mejora.

1.2 Objetivos

1.2.1 General

Afianzar y fortalecer los conocimientos y habilidades adquiridas durante el transcurso de los estudios de la carrera de Negocios Internacionales, así como contribuir en la medida de lo posible en la consecución de las actividades, programas, y servicios ofrecidos por el Centro de Consultoría Empresarial de la Universidad Santo Tomás

1.2.2 Específicos

- Acompañar y apoyar a las empresas pertenecientes al programa 770 Export 2020 en la consecución de las actividades propuestas en el plan de acción definido para cada una de ellas.
- Apoyar a los diferentes consultores con sus diferentes especialidades en el acompañamiento de los procesos de consultoría realizados a las empresas participantes de los programas desarrollados por el Centro de Consultoría Empresarial junto a sus aliados estratégicos.

2. Perfil Universidad Santo Tomás

La Universidad Santo Tomás es una institución de educación superior, privada y católica, fundada, restaurada y dirigida por los frailes de la Orden de Predicadores de la Provincia de San Luis Bertrán de Colombia, organizada con carácter de fundación, sin ánimo de lucro, de utilidad común, con personería jurídica y autonomía dentro de los límites señalados por la Constitución Política de Colombia, las leyes y el Concordato suscrito entre el Estado colombiano y la Santa Sede. (Estatuto Orgánico Universidad Santo Tomás T. 1., 2018)

2.1 Misión

La Misión de la Universidad Santo Tomás, inspirada en el pensamiento humanista y cristiano de Santo Tomás de Aquino, consiste en promover la formación integral de las personas en el campo de la educación superior, mediante acciones y procesos de enseñanza, aprendizaje,

investigación y protección social, para que respondan de manera ética, creativa y crítica a las exigencias de la vida humana y estén en condiciones de aportar soluciones a las problemáticas y necesidades de la sociedad. (Estatuto Orgánico Universidad Santo Tomás T. 2., 2018)

2.2 Visión

En 2027 la Universidad Santo Tomás de Colombia es referente internacional de excelente calidad educativa multicampus, por la articulación eficaz y sistémica de sus funciones sustantivas, y es dinamizadora de la promoción humana y la transformación social responsable, en un ambiente sustentable, de justicia y paz, en procura del bien común. (Estatuto Orgánico Universidad Santo Tomás T. 2.).

2.3 Organigrama Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga

Figura 1. *Organigrama Funcional Universidad Santo Tomás*



Adaptado de Universidad Santo Tomás (USTA, 2021)

3. Perfil Centro de Consultoría Empresarial “CCE”

El Centro de Consultoría Empresarial es una unidad estratégica de servicio orientada al fortalecimiento económico y la competitividad de los sectores productivos estratégicos de la región, mediante la oferta de servicios especializados en temas gerenciales para la internacionalización, dirigidos a la comunidad empresarial y a las instituciones que propenden por lograr estándares superiores de competitividad a nivel internacional y nacional. (Centro de Consultoría Empresarial, s.f.)

3.1 Misión

El CCE tiene por misión ofrecer servicios especializados soportados en la articulación de la oferta institucional – multidisciplinaria, por medio de diversas modalidades, como: investigación – estudios, educación continuada, formulación y desarrollo de proyectos de cofinanciación, cooperación internacional, como también asesorías y consultorías pendientes a solucionar problemas o necesidades, y al aprovechamiento de las oportunidades del tejido empresarial santandereano y de las diferentes regiones del país, oferentes de bienes y servicios para el mercado nacional o internacional, propiciando la dinámica entre el sector académico y productivo, para ser copartícipes del desarrollo económico regional. (Centro de Consultoría Empresarial, s.f.)

3.2 Visión

Para el año 2021 el Centro de Consultoría Empresarial – CCE, apoyado en alianzas estratégicas con diversas entidades de carácter público y privado, se habrá posicionado a nivel regional y nacional como una alternativa de atención directa al sector empresarial - Mipymes, quienes, a su vez, habrán mejorado su productividad y competitividad, gracias a los servicios especializados multidisciplinarios recibidos con la finalidad de acceder o mejorar su participación en los mercados regionales, nacionales e internacionales, fortaleciéndose a la par los sectores económicos, para la construcción del país. (Centro de Consultoría Empresarial, s.f.)

3.3 Portafolio de Productos y Servicios

Figura 2. *Líneas de trabajo del Centro de Consultoría Empresarial*



Adaptado de Centro de Consultoría Empresarial de la Universidad Santo Tomás (CCE, s.f.)

3.4 Asesorías y Consultorías

A través de su línea de servicios de consultoría el CCE busca convertirse en el mejor aliado de los empresarios interesados en fortalecer su oferta para competir en mercados globales y optimizar sus operaciones para hacerlas más rentables, gracias a un equipo multidisciplinar de expertos que le guían en la búsqueda de mejores oportunidades y la toma de excelentes decisiones (Centro de Consultoría Empresarial, s.f.).

- Acompañamiento y diseño de planes de internacionalización para empresas o sectores productivos.
- Formulación de proyectos y planes de negocio.
- Acompañamiento en procesos de exportaciones e importación de bienes y/o servicios.
- Investigación de mercados y análisis de condiciones competitivas en mercados internacionales o Fortalecimiento de procesos.
- Documentos y requerimientos para exportar e importar.
- Costos y cotizaciones internacionales.

3.5 Entrenamiento Empresarial

Buscamos ofrecer programas abiertos, dirigidos a la comunidad en general y a la medida de las necesidades de las organizaciones en diferentes temas gerenciales, marketing, fortalecimiento empresarial e internacionalización. (Centro de Consultoría Empresarial, s.f.).

3.6 Proyectos de Cofinanciación

El CCE gestionará recursos de cofinanciación del orden internacional, nacional y regional; tanto en el sector público como privado, en beneficio de los sectores económicos y sociales de la región, como proponente (ejecutor) de los proyectos, o aliado en la ejecución de estos, a través de las capacidades técnicas, administrativas y financieras de que dispone la Universidad. (Centro de Consultoría Empresarial, s.f.).

3.7 Emprendimiento, Creatividad e Innovación Empresarial

El CCE se convierte en un aliado estratégico para incursionar en nuevos mercados internacionales con acompañamiento permanente a emprendedores, empleando metodologías como:

- LEGO'S SERIOUS PLAY
- THE CANVAS BUSINESS MODEL
- LEAN STARTUP
- EMPATHY MAP
- DESIGN THINKING

Y contribuyendo a la creación y fortalecimiento de nuevos emprendimientos, y modelo de negocios orientados a atender las necesidades del mercado internacional. (Centro de Consultoría Empresarial, s.f.).

3.8 Alianzas Estratégicas

Figura 3. Alianzas estratégicas del Centro de Consultoría Empresarial de la Universidad Santo Tomás.



Adaptado de Centro de Consultoría de la Universidad Santo Tomás (CCE, s.f.)

4. Cargo y Funciones

- **Cargo:** Consultor Junior – Practicante
- **Jefe directo:** Andrés Leonardo Trillos Celis
- **Horario:** lunes a viernes de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.
- **Periodo de práctica:** Desde el 24 de agosto de 2020 hasta el 19 de marzo de 2021
- **Correo:** ccomp@ustabuca.edu.co

4.1 Funciones Desempeñadas

- Apoyo en investigación requisitos de etiquetado, y fitosanitarios para el producto: Aceite de Sacha Inchi para la empresa Wearethecornerstone.
- Participación en la capacitación de estudiantes de la universidad Santo Tomás frente al evento Santander Compra Santander.
- Investigación de mercados para la Fundación Cardiovascular FCV en torno a turismo de salud en Panamá, Turcos y Caicos y Bolivia.
- Apoyo y acompañamiento del proceso de creación de plan de marketing internacional para la Fundación Cardiovascular FCV del programa 770 Export
- Apoyo en la realización de informes soportes de facturación de actividades del plan de acción de empresas del programa 770 Export 2020
- Apoyo en investigación de mercado de Republica Dominicana del Sector de productos lácteos, frutas procesadas y jugos.
- Apoyo en investigación de potenciales distribuidores para la empresa Soliplast en Bolivia
- Investigación de mercados del sector de vehículos todo terreno (UVT, ATV), barcos recreacionales y sus repuestos, camisas para motores en Estados Unidos identificando distribuidores potenciales de acuerdo con parámetros fijados por la empresa LAVCO
- Apoyo en investigación de mercados y análisis de la situación económica de sectores de interés para la empresa ESSI en México.
- Investigación de mercado del sector de salud y financiero de Costa Rica en relación con los servicios ofrecidos por la empresa Smart Data del programa 770 Export.

- Apoyo y acompañamiento a la empresa Pretecor en el desarrollo de su plan de acción del programa 770 Export 2020
- Apoyo en investigación de mercados africanos de interés y posterior diseño de campaña de marketing digital para la empresa Penagos.
- Apoyo en investigación de estudio de factibilidad para Phina en el mercado de Guatemala en el sector Avícola, Sector pecuario, Aceite de palma y Alimentos Balanceados.
- Apoyo en investigación de mercado sobre demanda en países de interés para el producto: grasas lubricantes y aceites en mercados de interés para la empresa Kroil del programa 770 Export 2020.

4.2 Descripción Funciones en el CCE

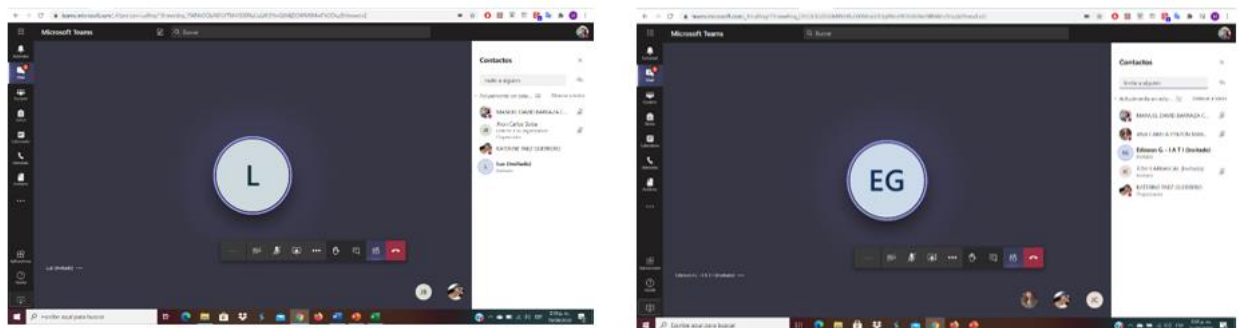
4.2.1 Apoyo en investigación requisitos de etiquetado y fitosanitarios para el producto: Aceite de Sacha Inchi para la empresa Wearethecornerstone.

Se realiza la investigación sobre requisitos de etiquetado y fitosanitarios para el producto de aceite de sachu inchi en el mercado europeo específicamente para Francia donde se observan logos utilizados en ese país para este tipo de productos y se determina cuales utilizar y cuales no para evitar inconvenientes con las autoridades aduaneras de dicho país.

Figura 4. Logos utilizados en el etiquetado de productos en Francia*Le point Vert**Le Triman*

4.2.2 Participación en la capacitación y acompañamiento de estudiantes de la universidad Santo Tomás frente al evento Santander Compra Santander.

Para el evento Santander compra Santander se realizó la capacitación de estudiantes destacados de últimos semestres de negocios internacionales para que ellos a su vez capacitaran a empresarios participantes en el evento sobre el mismo, así como tips sobre negociación y resolver dudas propias de los empresarios.

Figura 5. Capacitación Empresarios Santander Compra Santander

Adaptado de Centro de Consultoría Empresarial de la Universidad Santo Tomás (Teams, s.f.)

4.2.3 Investigación de mercados para la Fundación Cardiovascular FCV en torno a turismo de salud en Panamá, Turcos y Caicos y Bolivia.

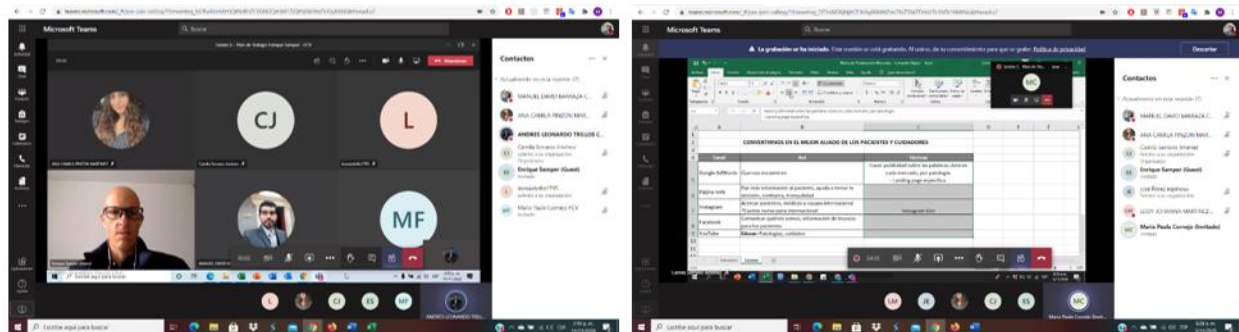
Para la Fundación Cardiovascular se realizó una amplia investigación de mercados con enfoque en turismo de salud en diferentes países destacándose Panamá por sus condiciones que permiten atraer turistas de salud de países como Estados Unidos, así como sus fortalezas y debilidades en determinados tratamientos médicos.

Figura 6. Investigación de Mercado de Panamá en Turismo Médico



4.2.4 Apoyo y acompañamiento del proceso de creación de plan de marketing internacional para la Fundación Cardiovascular FCV del programa 770 Export

Luego de realizar la investigación de mercados de turismo de salud se priorizan los de mayor interés para la Fundación Cardiovascular y se construye la campaña de marketing internacional con el equipo del CCE y el Consultor Enrique Samper enfocada en diferentes redes sociales, así como la página web de la FCV ahora con un enfoque Internacional.

Figura 7. Construcción de Campaña de Marketing Internacional para FCV

Adaptado de Centro de Consultoría Empresarial de la Universidad Santo Tomás (Teams, s.f.)

4.2.5 Apoyo en la realización de informes soportes de facturación de actividades del plan de acción de empresas del programa 770 Export 2020

Se apoya en la realización de diferentes informes soporte a las empresas Adipack y Penagos del programa 770 Export 2020 como soporte de cumplimiento de las actividades consignadas en el plan de acción aprobado en Cámara de Comercio para hacer los correspondientes desembolsos de recursos para el pago de estos.

Figura 8. Informes soportes plan de acción de empresas Adipack y Penagos

4.2.6 Apoyo en investigación de mercado de Republica Dominicana del Sector de productos lácteos, frutas procesadas y jugos.

Se realiza investigación de mercados del Sector de productos lácteos, frutas procesadas y jugos haciendo énfasis en el empaquetado utilizado por las empresas en ese mercado para este tipo de productos, así como la identificación de las empresas más relevantes de acuerdo con criterios de la empresa Adipack parte del programa 770 Export 2020

Figura 9. Investigación de Mercado de Republica Dominicana



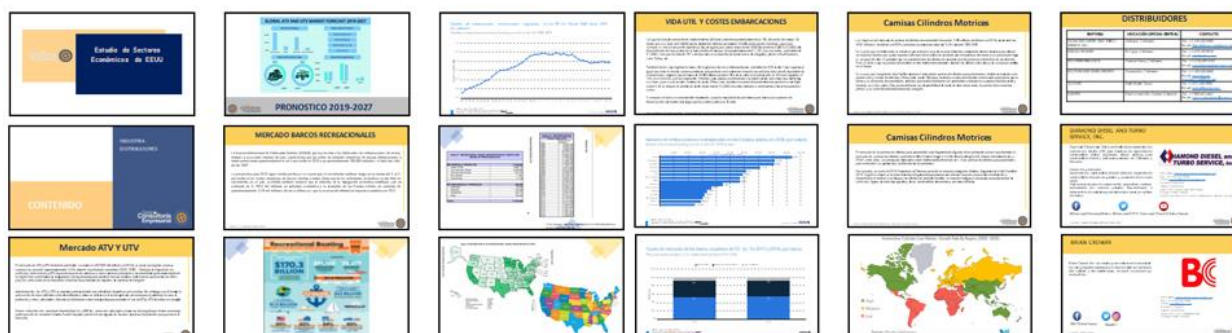
4.2.7 Apoyo en investigación de potenciales distribuidores para la empresa Soliplast en Bolivia

Dentro de la investigación del mercado boliviano como potencial mercado destino del producto de la empresa Soliplast: Pallets de plástico, la empresa solicita identificar posibles distribuidores en ese mercado que faciliten su internacionalización.

Figura 10. Investigación de mercado de potenciales distribuidores en Bolivia.

4.2.8 Investigación de mercados del sector de vehículos todo terreno (UVT, ATV), barcos recreacionales y sus repuestos, camisas para motores en Estados Unidos.

La empresa LAVCO manifiesta interés en conocer el mercado del sector de vehículos todo terreno (UVT, ATV), barcos recreacionales y sus repuestos, camisas para motores en Estados Unidos identificando distribuidores potenciales de acuerdo con parámetros fijados por la empresa LAVCO. Dentro de la investigación se identifican los estados con mayor potencial donde se destacan La Florida y California.

Figura 11. Investigación de Mercado de Estados Unidos para la empresa LAVCO

4.2.9 Apoyo en investigación de mercados y análisis de la situación económica de sectores de interés para la empresa ESSI en México.

La empresa ESSI solicita realizar investigación del mercado mexicano para el sector de productos lácteos y envasados, agregando pronósticos acerca del desempeño futuro de dichos mercados frente a la pandemia del Covid-19, también pide identificar el empaque utilizado por las principales empresas de estos sectores.

Figura 12. Investigación de Mercados para la empresa ESSI.



4.2.10 Investigación de mercado del sector de salud y financiero de Costa Rica en relación con los servicios ofrecidos por la empresa Smart Data del programa 770 Export 2020

Dentro del apoyo y acompañamiento realizado a la empresa Smart Data se realiza investigación del mercado de Costa Rica del Sector Salud y Financiero del país, así como identificación de potenciales empresas aliadas para la misma con servicios complementarios a los que ofrece Smart Data.

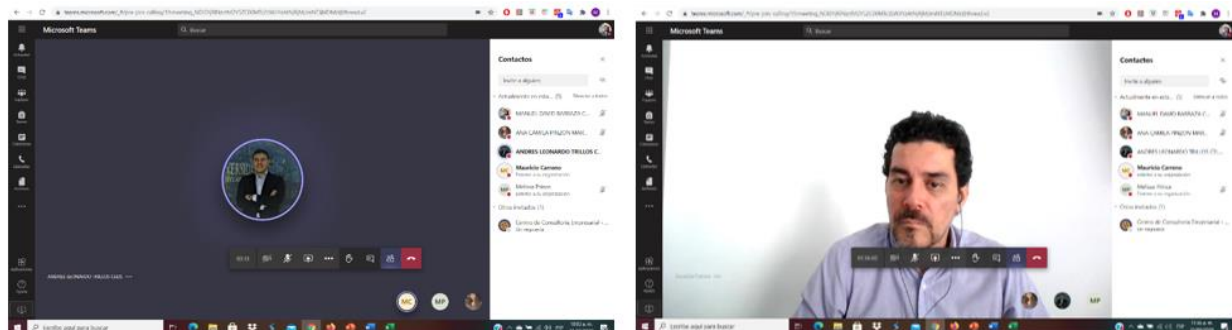
Figura 13. Investigación de mercado para la empresa Smart Data



4.2.11 Apoyo y acompañamiento a la empresa Pretecor en el desarrollo de su plan de acción del programa 770 Export 2020

Con el Consultor Líder Andrés Trillos se realiza apoyo y acompañamiento de la empresa Pretecor en el desarrollo de las actividades del plan de acción incluyendo creación de campaña de marketing digital internacional a través de redes sociales priorizadas de su línea de productos postes de concreto y fibra de vidrio inteligentes para alumbrado público.

Figura 14. Consultoría Empresa Pretecor



Adaptado de Centro de Consultoría Empresarial de la Universidad Santo Tomás (Teams, s.f.)

4.2.12 Apoyo en investigación de mercados africanos de interés y posterior diseño de campaña de marketing digital para la empresa Penagos.

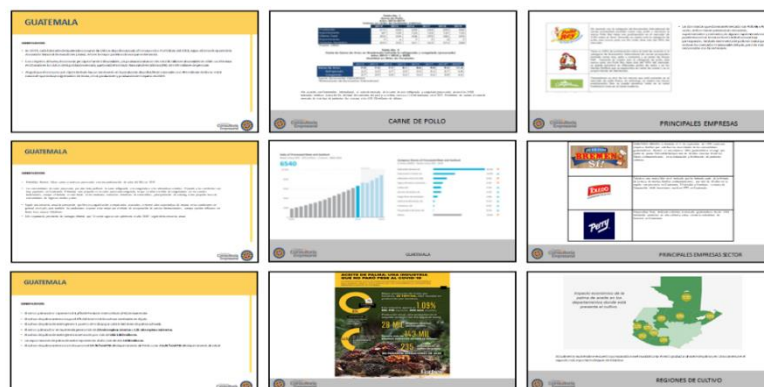
Con el Consultor Líder Andrés Trillos se da forma a la estrategia de marketing internacional para la empresa Penagos en los países en los que la empresa tiene interés, tomando como soporte la información de uso de redes sociales en cada uno de los países en los correspondientes informes de we are social de Hootsuite.

Figura 15. Estudio de Uso de redes Sociales en Países Priorizados para la Empresa Penagos



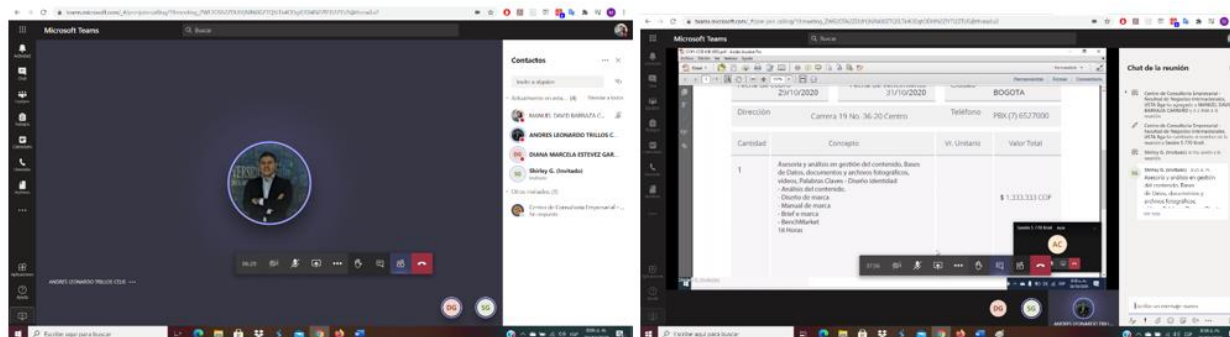
4.2.13 Apoyo en investigación de estudio de factibilidad para Phina en el mercado de Guatemala en el sector Avícola, Sector pecuario, Aceite de palma y Alimentos Balanceados.

Como apoyo a la investigación de estudio de factibilidad para Phina en Guatemala, Ecuador y México, se realiza investigación del mercado guatemalteco de los sectores avícola, pecuario y alimentos balanceados identificando empresas referentes de cada sector.

Figura 16. Investigación de estudio de factibilidad para sectores de interés para empresa Phina

4.2.14 Apoyo en investigación de mercado sobre demanda en países de interés para el producto: grasas lubricantes y aceites en mercados de interés para la empresa Kroil del programa 770 Export 2020

Con el liderazgo del Consultor Andrés Trillos se realiza investigación, así como posterior acompañamiento en desarrollo de campaña de marketing internacional de la empresa Kroil, donde se identifican las redes sociales a priorizar, así como apoyo en la creación de la línea gráfica y editorial a aplicar en dichas redes sociales

Figura 17. Consultoría con la empresa Kroil.

Adaptado de Centro de Consultoría Empresarial de la Universidad Santo Tomás (Teams, s.f.)

5. Marco Conceptual Y Normativo Utilizado Para El Desarrollo De Las Funciones De La Práctica Empresarial

- Normatividad Negocios Internacionales
- Reglamento de práctica empresarial de la Universidad Santo Tomás
- Normatividad legal Zona Franca Santander

5.1 Aportes Practicante a la Empresa

- Acompañar y apoyar durante el desarrollo de las consultorías realizadas a las empresas del programa 770 Export 2020
- Realización de Estudios de Mercado y análisis de información de bases de datos como entregables para las empresas del programa 770 Export 2020
- Apoyo en la capacitación de estudiantes y posterior acompañamiento durante la realización de las capacitaciones a empresarios del programa Santander compra Santander
- Apoyo en la realización de informes soporte de facturación para diferentes empresas participantes del programa 770 Export 2020
- Apoyo en la creación de campañas de marketing digital de diferentes empresas del programa 770 Export 2020 en base a uso de redes sociales en mercados priorizados.

5.2 Aportes Empresa al Practicante.

El Centro de Consultoría Empresarial como ente pensado para el fortalecimiento, desarrollo económico de la región, se destaca por la oferta de servicios con gran valor agregado y carácter especializado para la comunidad, de igual forma para empresas e instituciones que busquen alcanzar mejores estándares que les permitan alcanzar una mayor competitividad a nivel nacional y especialmente internacional. Por lo que la experiencia obtenida en el centro de consultoría es muy valiosa para el practicante de negocios internacionales al permitirle aplicar de una manera integral los conocimientos adquiridos en la universidad Santo Tomás y afianzándolos en casos reales con empresas de la región que buscan mejorar o implementar sus procesos de internacionalización de una mejor manera. Por otra parte, la experiencia en el centro de consultoría permite al practicante mejorar sus habilidades comunicativas en un ambiente empresarial, mejorando así sus habilidades blandas, componente esencial en un profesional de Negocios Internacionales.

6. Conclusiones y Recomendaciones

- Las instalaciones del Centro de Consultoría Empresarial son excelentes en cuanto a su condición, sin embargo, recomiendo que se instalen más computadores para uso de los practicantes y los consultores.
- Para finalizar puedo decir que realizar las prácticas empresariales como opción de grado en el Centro de Consultoría Empresarial CCE fue una experiencia muy enriquecedora en lo personal y profesional, animo a otros estudiantes que realicen sus prácticas empresariales allí.

Referencias

- ALADI (s.f.). Obtenido de la ALADI:
<http://www2.aladi.org/nsfaladi/vbasico.nsf/1ed4a9f9b2b8176983256937003ee6b8/6b6773f4330f1ebf032574a2005ae3ac?OpenDocument>
- Centro de consultoría Empresarial. (s.f.). *¿Quiénes somos?* Obtenido de Universidad Santo Tomás:
<http://rsu.ustabuca.edu.co/index.php/inicio-consultoria-empresarial>
- Centro de consultoría Empresarial. (s.f.). *Centro de consultoría Empresarial*. Obtenido de Universidad Santo Tomas: <http://rsu.ustabuca.edu.co/index.php/nuestros-servicios>
- Estatuto orgánico Universidad Santo Tomas. (2018). *Universidad Santo Tomas*. Obtenido de Universidad Santo Tomas: <http://www.usta.edu.co/images/documentos/documentos-institucionales/estatutos/estatuto-organico.pdf>
- Ferrel et ál (2004). Obtenido de Ecoediciones: <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/07/Logistica-Comercial-Internacional.pdf>
- Kotler P, (s.f.). Obtenido de rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/#:~:text=Marketing%20es%20la%20ciencia%20y,identificado%20y%20el%20lucro%20potencial.>
- OMC (2011). Obtenido de Jurídicas Unam:
<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/10/4667/4.pdf>
- Vega U (2011). Revista consultoría. Obtenido de revista consultoría:
<https://revistaconsultoria.com.mx/que-es-consultoria/>