

### **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 de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la 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.”

**Bibliotecas Bucaramanga**

**Universidad Santo Tomás**

**Práctica empresarial: Asociación Colombiana de las Micro Pequeñas y Medianas  
Empresas**

**Estefania Karolina Manduano Restrepo**

**Informe de práctica para optar el título de Profesional en Negocios Internacionales**

**Tutora**

**Ana Luisa Durán**

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

**División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables**

**Facultad de Negocios Internacionales**

**2016**

### **Agradecimientos**

Mis más sinceros agradecimientos a todas las personas que me han acompañado en el camino, a todos cuantos me han brindado desde una sonrisa, hasta su apoyo incondicional, porque creo fielmente que los logros individuales, son el resultado del desarrollo de quien los ejecuta, y el desarrollo de alguien depende de las personas y situaciones que le rodean. Por tanto, cuento como resultado del trabajo en equipo, ser quien soy. Sin egoístas adulaciones u odiosos reproches, confío en la persona que soy, porque quienes han hecho parte de mi desarrollo, han sido personas excepcionales, le incluyo estimado lector, porque su apreciación sin duda me aporta como persona.

Y así, vivo agradecida con la vida, con todo y con todos, porque lejos de ser “un producto terminado”, somos seres que nos moldeamos en un eterno desarrollo. Mis más grande logro será, contribuir a una mejor sociedad.

## Glosario

**ACOLMIPYME:** Acrónimo de la Asociación Colombiana de las MIPYMES.

**COTELCO:** Acrónimo de la Asociación Hotelera y Turística de Colombia. Asociación vinculada a Acolmipyme

**Exporueda de Negocios:** Nombre y marca comercial de la feria anual de empresas de todos los sectores afiliadas a Acolmipyme.

**FENDIPETROLEO:** Acrónimo de la Federación Nacional de Distribuidores de Combustibles y Energéticos. Gremio asociado.

**INNpulsas:** La institución del gobierno nacional creada para apoyar y promover el crecimiento empresarial. Trabajan por fomentar la innovación y el emprendimiento. Adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

**Manual de Imagen corporativo:** Compendio de indicaciones e instrucciones sobre el correcto uso de la marca, su logo símbolo y buen nombre, para el posicionamiento de la misma.

**NIIF:** Acrónimo de las Normas Internacionales de Información Financiera, son los nuevos parámetros y estándares para la función contable. Según la tendencia global, y por Decreto Nacional 2784 de 2012, las empresas deben converger a la implementación de estas normas, dejando en desuso el sistema de contabilidad nacional.

**Políticas contables NIIF:** Un documento en el cual las empresas establecerán el tratamiento de las transacciones que tienen lugar en su negocio. Estas políticas tienen que ser congruentes con las NIIF; las políticas tienen que ir personalizadas a cada tipo de actividad; cuando se revisan las NIIF, se establecen lineamientos, criterios, definiciones y conceptos generales, con base en los cuales la entidad tendrá que establecer el tratamiento contable propio de cada una de sus transacciones.

**UGPP:** Unidad de gestión de pensiones y parafiscales. Fue creada por el artículo 156 de la Ley 1151 de 2007. Adscrita al Ministerio de Hacienda y Crédito Público. Su objetivo es el reconocimiento de los derechos pensionales y el seguimiento, colaboración y determinación de la adecuada liquidación y pago de las contribuciones parafiscales de la protección social.

### **Resumen**

El cargo de coordinador de Acolmipyme, comprende todas las áreas de acción, puesto que se desarrolla como facilitador e integrador, que permite el óptimo desempeño de las demás labores, puesto que van interconectadas. Así, el coordinador es vital, para la efectiva sinergia entre todos los actores del engranaje de la asociación.

En la ejecución de mi cargo, encontré cómo los principios y valores corporativos como la asociatividad y la cooperación, forman parte fundamental en todo el accionar, desde trabajos conjuntos con diferentes gremios en pro del crecimiento empresarial de las pymes, hasta la financiación de eventos y proyectos.

Es de destacar, que fui capacitada en las Normas Internacionales de Información Financiera para llevar a cabo satisfactoriamente la formulación de proyectos que tienen por objetivo la convergencia de las Pymes las NIIF; fue importante puesto que es imprescindible conocer la todo lo referente al tema para replicar la información al empresario y participar como proponentes de proyectos ante INNpalsa.

La práctica empresarial fue significativa en la medida en que el enriquecimiento es recíproco y gratificante, pude desenvolverme con soltura, profundizar en los conocimientos adquiridos, poniéndolos al servicio del empresario.

## Contenido

Introducción.....	12
<b>1. Práctica empresarial: Asociación Colombiana de las Micro Pequeñas y Medianas empresas.....</b>	<b>15</b>
<b>1.1 Justificación.....</b>	<b>15</b>
<b>2. Objetivos</b>	
2.1 General.....	16
2.2 Específico.....	16
<b>3. Perfil de la empresa</b>	
3.1 Razón social.....	17
3.2 Objeto social.....	17
3.3 Información general.....	17
3.4 Misión.....	17
3.5 Visión.....	18
3.6 Mercado.....	18
3.7 Portafolio de servicios.....	18
3.7.1 Capacitaciones.....	19
3.7.2 Asesorías.....	19
3.7.3 Ferias empresariales.....	20
3.7.4 Misiones comerciales.....	20

3.8 Estructura administrativa.....	21
<b>4. Cargo y funciones</b>	
4.1 Cargo.....	22
4.2 Funciones.....	22
4.2.1 Apoyar en los proyectos para los afiliados en diversas áreas.	
4.2.1.1 <i>Ayudar a organizar las capacitaciones.....</i>	23
4.2.1.2 <i>Formulación de proyecto para la convergencia de las pymes a las NIIF...22</i>	
4.2.1.3 <i>Evaluación del desempeño de la asociación durante el 2015.....27</i>	
4.2.2 Participar activamente las ferias empresariales	
4.2.2.1 <i>Apoyar la organización logística de las ferias empresariales.....28</i>	
4.2.2.2 <i>Diseño de plan de marketing para lanzamiento de la EXPORUEDA DE NEGOCIOS Santander 2015.....30</i>	
4.2.2.3. <i>Coordinación logística de la Exporueda.....33</i>	
4.2.2.4. <i>Búsqueda de patrocinios.....33</i>	
4.2.3 Ayudar a consolidar alianzas estratégicas entre los miembros del gremio.	
4.2.3.1 <i>Negociación con posibles alianzas.....34</i>	
4.2.3.2 <i>Realizar contratos de patrocinios y alianzas.....35</i>	

4.2.4 Contribuir en la asesoría empresarial comercial y de mercadeo	
4.2.4.1 <i>Elaboración de planeación estratégica de Acolmipyme y afiliado</i> .....	37
4.3.4.2 <i>Elaboración del manual de imagen corporativa</i> .....	40
4.3.4.3 <i>Ajuste de la estrategia publicitaria del afiliado Fénix Consulting</i> .....	42
4.2.5 Otras labores encomendadas.....	46
<b>5. Teorías y conceptos</b> .....	<b>47</b>
<b>6. Aportes</b>	
6.1 Del estudiante a Acolmipyme	
6.1.1 Manual de imagen corporativa.....	49
6.1.2 Presentación general Acolmipyme.....	49
6.2 De Acolmipyme al estudiante.....	50
<b>7. Conclusiones</b> .....	<b>52</b>
<b>Referencias Bibliográficas</b> .....	<b>53</b>
<b>Apéndices</b> .....	<b>54</b>

**Lista de figuras**

Figura 1: Presencia en el mercado nacional.....	16
Figura 2: Portafolio de servicios.....	16
Figura 3: Estructura administrativa.....	19
Figura 4: Proceso para elaborar guías metodológicas.....	20
Figura 5. Proceso para la formulación del proyecto NIIF con INNpulsa.....	22
Figura 6: Comparativo del desempeño Acolmipyme.....	26
Figura 7: Fotografía reunión concejo regional Acolmipyme.....	26
Figura 8: Planeación de la Exporueda de Negocios Santander 2015.....	28
Figura 9: Proceso de diseño del plan de marketing.....	29
Figura 10: Diseño para la feria N°1.....	31
Figura 11: Diseño para la feria N°2.....	31
Figura 12: Proceso de redacción de convenio.....	35
Figura 13: Proceso para elaboración de la planeación estratégica.....	36
Figura 14: Proceso de elaboración del manual de imagen.....	39
Figura 15: Pieza publicitaria de servicio de asesoría 1.....	41
Figura 16: Pieza publicitaria sobre capacitaciones.....	42

Figura 17: Pieza publicitaria sobre la implementación NIIF.....	42
Figura 18: Pieza publicitaria general.....	43
Figura 19: Pieza publicitaria sobre servicio de administración de talento humano.....	43
Figura 20: Pieza publicitaria 2 de servicio de asesoría.....	44
Figura 21: Vista de una página del manual de imagen.....	48
Figura 22: Vistazo de la presentación general de Acolmipyme.....	49

**Lista de Tablas**

Tabla 1: Análisis del entorno macroeconómico de Fendipetroleo y Cotelco.....	24
Tabla 2: Alianzas realizadas.....	33
Tabla 3: Distribución de las tareas en el manual de imagen.....	40

**Lista de apéndices**

Apéndice A: Apartes del manual de imagen corporativa.....53

Apéndice B: Apartes de la presentación propuesta para afiliados.....56

## **Introducción**

Acolmipyme, funciona como una estructura donde los empresarios de diferentes sectores pueden integrarse con la academia, entidades oficiales y privadas entre otras instituciones, para obtener asesoría y encontrar espacios donde puedan impulsar su crecimiento. Esto mediante el acompañamiento a las pymes, vocería, representación e integración con los actores de su interés.

El presente informe revela las actividades y tareas desempeñadas, en función al cargo que ejercí como practicante de negocios internacionales en la Asociación Colombiana de Micro Pequeñas y Medianas Empresas. Incluye una descripción detallada de las labores y procesos que seguí para el ejercicio del cargo asignado, así como para el cumplimiento de las metas establecidas por la asociación.

Además, se puede encontrar mi participación y aportes en las diferentes áreas de acción de la asociación. Me enfoqué en consolidar y ratificar la imagen de ACOLMIPYME, pues no contaban con especificaciones sobre el uso de marca, ni criterios puntuales para fortalecer el buen nombre empresarial, así como el acompañamiento de los afiliados en sus estrategias de mercadeo.

## **1. Práctica Empresarial: Asociación Colombiana de las Micro Pequeñas y Medianas empresas**

### **1.1 Justificación**

Existe en mi carrera profesional, la necesidad de vincularme al sector empresarial, debido a la falta de experiencia laboral, pretendo aportar los conocimientos que he desarrollado durante la formación profesional en Negocios Internacionales, y potenciando los mismos. La práctica empresarial me enriquece debido al constante contacto con empresarios de todos los sectores y fortalece mis habilidades en negociación; respecto al área personal, ésta me brinda el primer escenario laboral donde puedo medirme como profesional en el desempeño de mis labores; la empleo como plataforma para autoevaluarme, lo que permite que pueda mejorar como profesional y como persona.

## 2. Objetivos

### 2.1 Generales

Aplicar los conocimientos desarrollados en la formación académica profesional en Negocios Internacionales en el desarrollo de mis funciones en ACOLMIPYME, con el fin de potenciar competencias en el área empresarial.

### 2.2 Específicos

- Adquirir habilidades de comunicación derivadas del trabajo en equipo, necesario para el desempeño de las labores.
- Afianzar los conocimientos adquiridos académicamente mediante el ejercicio las funciones asignadas en el cargo a desempeñar.
- Desarrollar competencias en negociación y cooperación, por medio de la interacción con empresarios.
- Fortalecer la capacidad de liderazgo, desde la coordinación de proyectos y eventos, así como en el direccionamiento de equipos de trabajo.

### **3. Perfil de la empresa**

#### **3.1 Razón social**

Asociación Colombiana de Micro pequeñas y medianas empresas

#### **3.2 Objeto social**

Asociar a las pymes en función de su crecimiento

#### **3.3 Información general**

- Dirección: Calle 36 # 31-39 Centro Empresarial Chicamocha Oficina 112.  
Bucaramanga
- Teléfono: 6895343 – 3002411658
- Correo electrónico: acolmipyme@gmail.com; presidencia@acolmipyme.org
- Jefe inmediato: Jhon Jairo Villamizar.

#### **3.4 Misión**

Fomentar la gestión y el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa con criterios de calidad competitividad, bienestar, responsabilidad social y progreso para las Regiones del país, dentro de los preceptos de la economía social y ecológica de mercado, en pro de una democracia auténtica, bajo principios de libertad, justicia y solidaridad. (Estatutos Orgánicos, 2012, pág. 6)

#### **3.5 Visión**

En el 2019 seremos reconocidos como gremio líder y vocero en los diferentes departamentos del país, en la consolidación de las micro, pequeñas y medianas empresas PYMES en el entorno nacional. (Estatutos Orgánicos, 2012. Pág. 6)

### 3.6 Mercado



El mercado objetivo que atiende ACOLMIPYME son las Mipymes según la Ley 590 a nivel nacional, teniendo presencia en San José de Cúcuta, Barrancabermeja, Bucaramanga, Bogotá, Cali e Ibagué. Durante mi práctica empresarial se llegó a Medellín, Villavicencio y Boyacá.

ACOLMIPYME representa los intereses de las Mipymes de todos los sectores económicos.

Figura 1. Presencia en el mercado nacional. Elaboración propia.

### 3.7 Portafolio de servicios

Figura 2. Portafolio de servicios. Elaboración propia



Capacitaciones



Asesorías



Ferias  
empresariales



Misiones  
comerciales

### **3.7.1 Capacitaciones**

El servicio de capacitaciones generalmente se basa en la normativa que actualmente se requiera profundizar, por ejemplo actualizaciones tributarias, nueva legislación y otros temas de interés empresarial. Éstos comprenden cuatro áreas importantes para los negocios, como:

- Comercio exterior: Internacionalización de pymes, logística y aduana.
- Mercadeo: estrategias de mercadeo, publicidad y manejo de marca
- Contable, financiera y tributaria: Implementación NIIF, reformas tributarias, UGPP
- Asociatividad y competitividad: estrategias de gestión, modelos de negocios, mercados colaborativos y asociatividad.

### **3.7.2 Asesorías**

Las asesorías pretenden llevar un acompañamiento, en temas puntuales que el empresario requiera en un momento específico, con el fin de lograr soluciones integrales o el aprovechamiento de oportunidades del mercado. Los temas en los que se brinda esta asesoría y consultoría, son los anteriormente mencionados en el servicio de capacitación además el siguiente:

- Sistema de gestión de salud y seguridad en el trabajo: comprende las áreas evacuación y planes de contingencia, análisis de vulnerabilidad y salud ocupacional.

### **3.7.3 Ferias empresariales**

Las ferias empresariales se desarrollan a nivel nacional, en las ciudades donde Acolmipyme tiene presencia. La metodología que se emplea, es inicialmente desarrollar el evento a nivel local, según la demanda del mercado y posteriormente según las lecciones aprendidas de la primera experiencia, replicar el evento a nivel nacional.

### **3.7.4 Misiones comerciales**

Una misión comercial se realiza basada en la experiencia de las ferias empresariales, generalmente, se llevan a cabo misiones comerciales en ferias permanentes anuales a nivel nacional.

### 3.8 Estructura administrativa

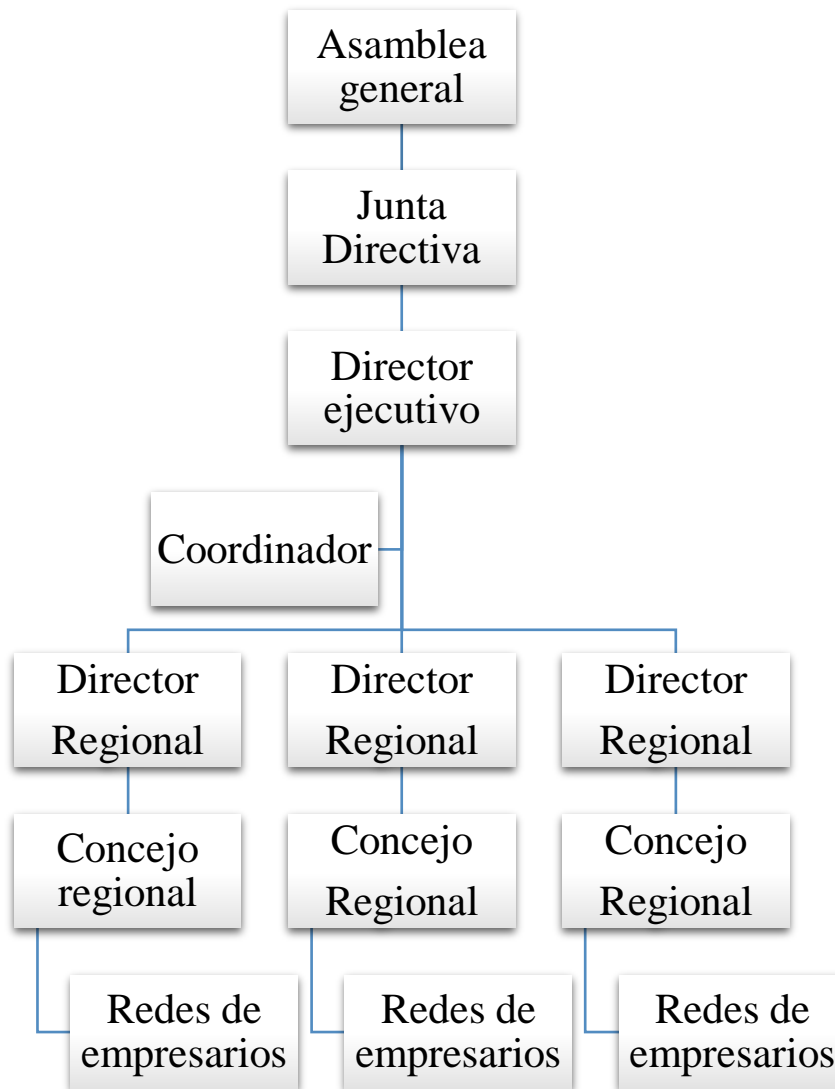


Figura 3. Esquema administrativo. Estatutos Orgánicos Acolmipyme

El coordinador es el apoyo directo del Director ejecutivo, en el cumplimiento de sus funciones. Tiene delegado el área de mercadeo de la asociación.

## 4. Cargo y funciones

### 4.1 Cargo

Coordinador de Acolmipyme.

### 4.2 Funciones

#### 4.2.1 Apoyar en los proyectos para los afiliados en diversas áreas.

##### 4.2.1.1 Ayudar a organizar las capacitaciones

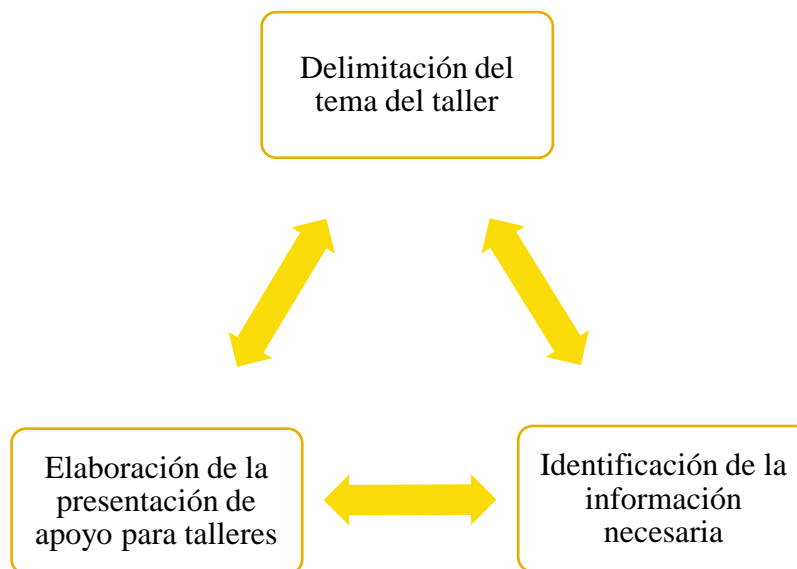


Figura 4. Proceso para la elaboración de guías metodológicas. Elaboración propia

La guía metodológica consiste en un plan de asignatura donde se registre los aspectos importantes del tema, metodología, objetivos, pertinencia y duración de

Los talleres y capacitaciones, así como de las presentaciones de apoyo que se utilicen durante el desarrollo de la capacitación.

Desarrollé esta actividad necesaria debido al evento EXPORUEDA DE NEGOCIOS Santander 2015, en el cual participaron empresarios de todos los sectores económicos, con poca o nula experiencia en ruedas de negocios. Para que los afiliados puedan aprovechar el evento, se planearon talleres preparatorios, donde se capacitaron en negociación, mercadeo y etiqueta y protocolo para los negocios.

Según el objetivo anteriormente mencionado para completar la actividad, evalué en primera medida, los temas pertinentes para abordar una negociación con un cliente, proveedor o potencial aliado, por esto distinguí los tres principales temas que brindan una competencia al empresario para desenvolverse en medio de la rueda de negocios. Los temas que seleccioné son Negociación (hace referencia a las formas y estrategias para abordar una negociación), Mercadeo y Manejo de Marca (Material publicitario, Descuentos comerciales, posicionamiento de marca, manejo de producto o servicio); Etiqueta y protocolo para los negocios (comportamientos adecuados, modales y presión psicológica). Finalmente consigné la información seleccionada en presentaciones para proyectar durante la capacitación.

Durante la logística de la Exporueda de Negocios se tenía previsto realizar dicho taller, sin embargo por inconvenientes y aplazamiento de fechas, no se realizó como

tal una conferencia, sin embargo se socializó la información a los afiliados participantes del evento, para que pudieran informarse.

Posteriormente, realicé otra guía metodológica necesaria, debida a un espacio que abrieron en la Universidad Libre de Cúcuta para que ACOLMIPYME hiciera una intervención durante el Congreso de Administración y Finanzas. Por lo tanto, tuve a cargo la estructuración de la presentación, los puntos importantes para abordar el tema, así como la delimitación del mismo. Seguí el mismo procedimiento mencionado anteriormente.

***4.2.1.2 Formulación de proyecto para la convergencia de pymes a las Normas Internacionales de Información Financiera NIIF en asocio con otros gremios como COTELCO y FENDIPETROLEO para INNpuls.***



Figura 5.

Proceso para la formulación del proyecto NIIF con INNpuls. Elaboración propia.

Para completar satisfactoriamente esta tarea, fue necesario completar las siguientes etapas,

- **Documentación sobre la convocatoria:** En primer lugar fue necesaria documentarme sobre los términos de referencia que estableció INNpulsar, para aplicar como proponentes de proyectos cofinanciados que tengan por objetivo la convergencia a las Normas Internacionales de Información Financiera NIIF en PYMES colombianas. Entre estos, los requisitos generales de todos los proponentes como: “Contar con un sistema contable debidamente auditado por un contador o revisor fiscal”; “que no se encuentre en proceso de liquidación”; “contar con la capacidad financiera para ejecutar la propuesta (nivel de endeudamiento menor al 80% y capital de trabajo igual o superior a la contrapartida en efectivo)”. También identifiqué quienes pueden ser proponentes y la documentación necesaria. Luego de conocer ampliamente los requisitos de la convocatoria, la forma de radicación y sus límites, se reuní a los dirigentes o coordinadores de proyectos de los gremios asociados, para socializar dicha información, delegar tareas y trabajar conjuntamente en la formulación del proyecto.
- **Estudio y análisis del entorno económico:** Como primera etapa de la formulación del proyecto, estudié los entornos en los cuales se desenvuelven los gremios asociados, FENDIPETROLEO, que es el gremio de los

distribuidores minoristas de derivados de petróleo (Estaciones de servicios) y COTELCO la asociación colombiana hotelera.

Para contextualizar la siguiente tabla muestra la principal variable que afecta cada gremio en los respectivos niveles. A partir de dichas conclusiones deduje la pertinencia de formular los proyectos, debido a la necesidad de los afiliados a cada gremio y su falta de presupuesto para realizar la implementación por su cuenta. Para llevar a cabo dichos análisis

Tuve en cuenta los conocimientos adquiridos en Mercadeo II y Áreas Estratégicas de Negocios.

	<b>FENDIPETROLEO</b>	<b>COTELCO</b>
Entorno Internacional	Directamente proporcional a los precios internacionales del petróleo	Depende de la fluctuación del dólar y el tipo de cambio y las inversiones de capital
Macroeconómico	Se desenvuelve en crisis social y humanitaria en la frontera, sumado a la reducción de ingresos públicos y a la apreciación del dólar.	Se desenvuelve en crisis social y humanitaria en la frontera, sumado a la reducción de ingresos públicos y a la apreciación del dólar.
Sectorial	Los precios del petróleo han golpeado los ingresos fiscales por tanto han aumentado “el diferencial de participación” que no es otra cosa que	Los hoteles se encuentran bastante golpeados por la obligatoriedad de cada vez más normas y requisitos, que aumentan los costos debido a su implementación, por

	impuestos a la gasolina para cubrir el déficit fiscal	ejemplo la reglamentación de piscinas, luego la norma de sostenibilidad, y en estos momentos las NIIF.
Local	A nivel local se siente más el impacto del contrabando de gasolina desde la frontera	A nivel local los afiliados a Cotelco se han encontrado con un aumento en el costo de la visita de los bomberos arbitrariamente.

Tabla 1. *Análisis macroeconómico de Fendipetroleo y Cotelco. Elaboración propia.*

- **Formulación del proyecto:** Para formular el proyecto investigué sobre las NIIF y NIA, los temas necesarios a aprender, el proceso de implementación y la metodología a usar. Posteriormente realicé el árbol de problemas, el cual derivó en árbol de objetivos, así como el análisis de involucrados con el cual ya la planeación del proyecto se adelanta.

Seguidamente, se realicé la metodología y las actividades con las cuales se planeé hacer la convergencia a NIIF de los beneficiarios del proyecto, teniendo en cuenta los módulos de conocimientos que deben conocer los beneficiarios para la transición a las NIIF.

Finalmente, se realizó el presupuesto del proyecto y el cronograma. Me reuní con el especialista NIIF de Fénix Consulting & Partners para evaluar la metodología y las actividades que formulé para el proyecto, luego de las correcciones pertinentes, socialicé el mismo a las directivas de cada gremio.

Con la formulación de los dos proyectos paralelamente, reforcé los conocimientos adquiridos en Formulación y Evaluación de proyectos.

#### ***4.2.1.2 Evaluación del desempeño de la Asociación durante el 2015***

Estuve a cargo de analizar el desempeño de la asociación, midiendo por medio de indicadores de gestión y la corroboración de resultados contra las metas.

El proceso que seguí, empezó desde la recolección de datos e información durante el primer semestre de 2015, por ejemplo, los siguientes:

- Estados Financieros
- Relación de afiliados
- Cronograma de actividades
- Planeación anual
- Actividades realizadas
- Entre otras fuentes.

Seguidamente, comparé dicha información con la proyección realizada para este año, las metas y objetivos trazados. De dicho contraste concluí algunos puntos importantes que han trascendido la asociación y otros que aún necesita mejorar.

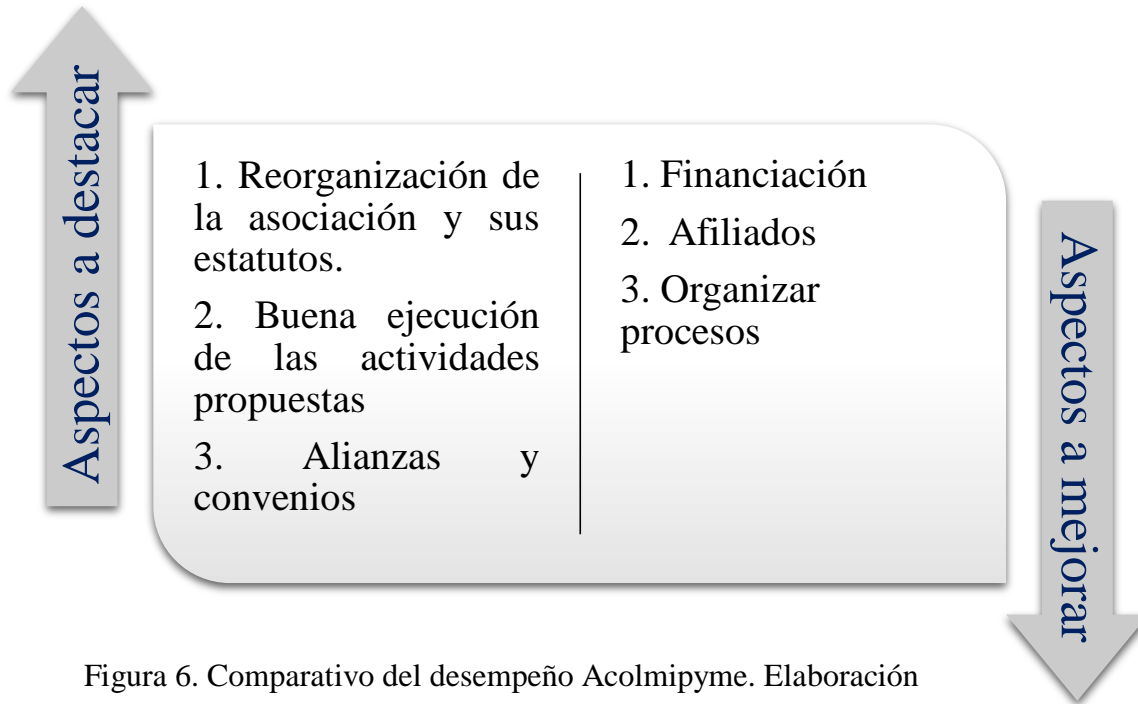


Figura 6. Comparativo del desempeño Acolmipyme. Elaboración propia.

Ésta información fue consignada y presentada en reunión a la Junta Directiva de la asociación

#### 4.2.2 Participar activamente en las ferias empresariales.

##### 4.2.2.1 Apoyar la organización logística de las ferias empresariales



Figura 7. Fotografía Reunión Consejo Regional

Para iniciar el proceso de planeación de la EXPORUEDA DE NEGOCIOS, cité a Reunión al Director Regional de Santander, junto con el Concejo Regional de Santander, donde se delimitó el alcance de la feria, la metodología, así como también la forma de financiación y las respectivas tareas a llevar a cabo para la gestión de la misma.

En este proceso de planeación participó el Concejo Regional, el coordinador y el Director Ejecutivo, también tuvimos el apoyo de la Red Empresarial Escarabajos, una red empresarial externa, con el objeto de dar el direccionamiento y el enfoque oportuno a la segunda versión de la Feria empresarial de Pymes. Mi rol dentro de la planeación fue sugerir ideas y estrategias para la misma.

Se estableció lo siguiente

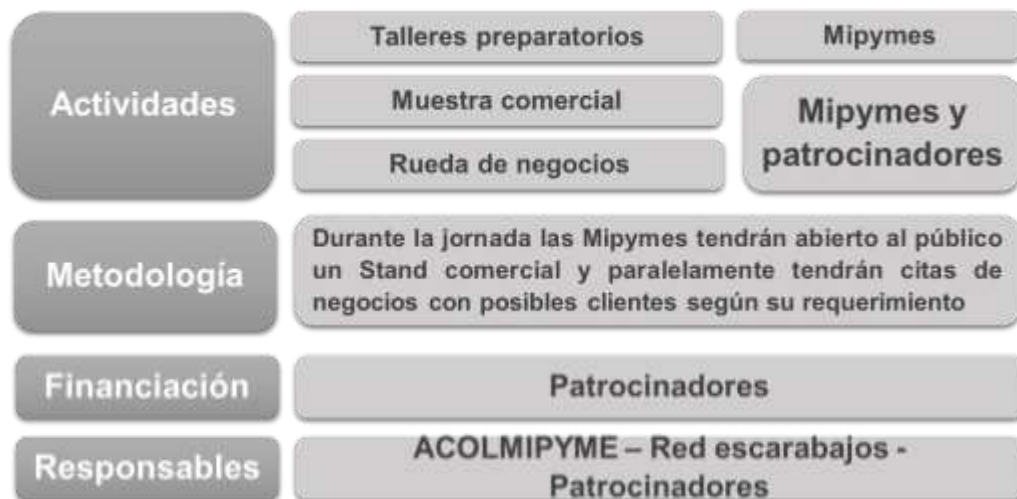


Figura 8. Planeación de la Exporueda de Negocios Santander 2015. Resumen de reunión.

De esta manera y luego de distribuir tareas, realicé lo siguiente:

- Cotizaciones pertinentes a la logística de una feria empresarial
- Elaboración de presentaciones dirigidas a empresarios y patrocinadores
- Distribución de los planes de patrocinio según el costeo general de la feria

#### ***4.2.2.2 Diseño de plan de marketing para lanzamiento de la EXPORUEDA DE NEGOCIOS Santander 2015***



Figura 9. Proceso de diseño del plan de marketing. Elaboración propia

En primer lugar, para iniciar el trabajo conjunto con la diseñadora gráfica analicé los objetivos establecidos en la reunión de planeación, como:

- Lograr alianzas de cooperación que fortalezcan ACOLMIPYME
- Facilitar un espacio para la promoción de las MIPYMES participantes
- Generar negocios entre los participantes
- Aumentar la cantidad de afiliados a ACOLMIPYME

Ulteriormente, luego de encontrar la ausencia de un manual de imagen corporativa, que establezca criterios a seguir para el manejo de la marca, analicé y busque criterios que pudiera seguir y establecer en el manual de imagen corporativa.

Busqué un nombre idóneo para la feria empresarial, con lluvia de ideas, el nombre seleccionado fue,

- EXPORUEDA DE NEGOCIOS Santander 2015
- EXPORUEDA DE NEGOCIOS Cúcuta 2015

Debido a la sonoridad, sencillez y recordación. Para el caso de la Feria de Bucaramanga que incluye el área metropolitana, se nombró Santander, por su continuidad rítmica con el nombre, en lugar de EXPORUEDA DE NEGOCIOS Bucaramanga 2015, el cual extiende indebidamente el nombre. Por otro lado, para Cúcuta, tendría el mismo efecto si la nombrásemos EXPORUEDA DE NEGOCIOS NORTE DE SANTANDER 2015, ésta es la razón de la diferencia en cada versión regional.

Seguidamente, se identificaron algunos aspectos a destacar en la marca del evento. Se pretende reflejar la participación de todos los sectores económicos, con un enfoque de negociación. Sabido esto, la diseñadora realizó su trabajo gráfico, dándole vida a las ideas. Las siguientes son las opciones:

Figura 10. Diseño para la feria N° 1. Elaboración por la diseñadora de Acolmipyme



Figura 11. Diseño para la feria N° 2.

Para efectos de las piezas publicitarias, se escogió el diseño N° 2, pues obedece más a las especificaciones propuestas y genera mayor impacto. Luego de presentar y aprobar el modelo por la Asamblea Regional, sugerí según el tipo de evento, el plan de medios, así:

- **Rueda de prensa:** Donde participarán los patrocinadores de mayor rango.

- **Pautar en Periódicos empresariales y económicos:** El periódico aliado y seleccionado es DIARIO LA REPÚBLICA, como anuncio de evento.
- **Material POP (volantes, afiches, boletería, escarapelas)**
- **Redes sociales:** Promoción del evento en el FanPage de Facebook y Twitter.

Para llevar a cabo esta tarea fue necesario recurrir a los conocimientos adquiridos en los Énfasis II y III de mercadeo, y Marketing I.

#### ***4.2.2.3 Coordinación logística de EXPORUEDA DE NEGOCIOS***

Previamente, se delegaron tareas y responsabilidades.

Dirigí las actividades y resultados del equipo de trabajo: El equipo de trabajo tiene a cargo, conseguir los equipos logísticos necesarios a un precio competitivo, promocionar y concretar MIPYMES interesadas en participar, concretar, apoyar consiguiendo patrocinios, entre otras según la necesidad.

Esta actividad precisó integrar y coordinar las actividades del equipo de trabajo, monitoreando la búsqueda de patrocinios, comparando las cotizaciones de diferentes materiales y espacios, para minimizar los costos y potenciar los resultados.

#### ***4.2.2.4 Búsqueda de patrocinios, alianzas y convenios estratégicos para el desarrollo de EXPORUEDA DE NEGOCIOS***

Las entidades con las que me reuní son CLARO, DIARIO LA REPÚBLICA, CRUZ ROJA COLOMBIANA SECCIONAL SANTANDER, UNIVERSIDAD

DE SANTANDER, concretando la participación de todos los mencionados. Para estas negociaciones tuve el apoyo directo del Director Ejecutivo.

#### **4.2.3 Ayudar a consolidar alianzas estratégicas entre los miembros del gremio.**

##### ***4.2.3.1 Negociación con posibles alianzas.***

Para aumentar los beneficios a los afiliados, se buscan alianzas estratégicas que sean de interés para los empresarios, el objetivo es acordar esfuerzos conjuntos y relaciones permanentes en el tiempo, por lo que mi tarea fue negociar con algunos de los patrocinadores que auspiciaron la Exporueda y proponer un trabajo en equipo para el cumplimiento de los intereses. También me reuní con otras entidades que respondieron con interés a la propuesta.

Me reuní con prospectos como: UNIVERSIDAD DE SANTANDER, CLARO, CRUZ ROJA COLOMBIANA SECCIONAL SANTANDER, GAMA ELECTROFITNESS, EL CICLISTA, CLUB VITAL VANGUARDIA LIBERAL, concretando actividades conjuntas para el año 2016, así

UDES	CRUZ ROJA	CLARO	CLUB VITAL
Patrocinio en las actividades de formación y capacitación como:	Proyecto de implementación del Sistema de Gestión de Salud y Seguridad	Patrocinio tanto en las actividades de capacitación y formación como en	Patrocinio de impactos publicitarios en su

Seminario y diplomado NIIF	en el trabajo con las Mipymes afiliadas.	ferias empresariales y otras actividades conjuntas.	diario de los eventos a realizar.
----------------------------	--	---	-----------------------------------

Tabla 2. Alianzas realizadas.

#### 4.2.3.2 Realizar contratos de patrocinios y alianzas

Luego de acordar la metodología de trabajo con los auspiciadores, que se mencionaron en el numeral anterior, fue necesario registrar los puntos pactados, por lo tanto, redacté lo acordado así:

- ALIANZA ESTRATÉGICA con la CRUZ ROJA COLOMBIANA SECCIONAL SANTANDER, para la participación preferencial en la EXPORUEDA DE NEGOCIOS Santander 2015. Esto debido al objeto social y forma de la institución sin ánimo de lucro, no es posible llamar contrato de patrocinio.
- ALIANZA ESTRATÉGICA CON CLARO, debido a que aunque CLARO es una empresa privada prestadora de servicios, dentro de sus políticas no contempla patrocinios a MIPYMES; además de que los desembolsos y pagos los realiza a través de otra empresa, GEOMETRY GLOBAL COLOMBIA S.A.S, fue necesario legalizar la contribución como participación a la Exporueda de Negocios.
- CONTRATO DE PATROCINIO con GAMAELECTROFITNESS.
- CONTRATO DE PATROCINIO con EL CICLISTA.

Para redactar correctamente el contrato, me fue necesario recurrir a los conocimientos en Derecho Comercial, y apoyarme en el Director Ejecutivo.

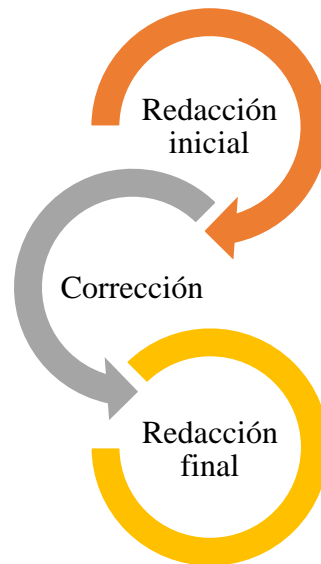


Figura 12. Proceso de redacción de convenio. Elaboración propia

Se evidencian diferentes cambios en la redacción de cada contrato, puesto que es importante dejar claramente especificado cada término del mismo, y evitar ambigüedades. Algunos de las renegociaciones que se hicieron sobre la redacción de los convenios, fueron respecto a las condiciones y facilidades que las diferentes partes iban a conceder a la contraparte.

La finalidad de esta actividad contempla, el registro formal de las alianzas logradas, para establecer un marco jurídico que respalde, valide y asegure las transacciones que se derivarán de dicho acuerdo.

#### 4.2.4 Contribuir en la asesoría empresarial comercial y de mercadeo

##### 4.2.4.1 Elaboración de planeación estratégica de Acolmipyme y el afiliado Fénix

###### *Consulting & Partners.*



Figura 13. Proceso para elaboración de la planeación estratégica. Elaboración propia.

El proceso para completar la planeación estratégica de ACOLMIPYME, inició cuando nos reunimos con el Presidente Nacional y con el Director regional Santander, donde se encontró como principales falencias de la Asociación la poca visibilidad y conocimiento que presenta frente a su mercado local, así mismo de las grandes proyecciones donde se quiere llevar la Asociación se filtró las que responden a su objeto social y se demarcó específicamente cuál es su rango de influencia actual, como micro y pequeñas empresas del Área Metropolitana de Bucaramanga, y Barrancabermeja. Fijamos como metas incursionar a Girón, Piedecuesta y San Gil en el corto plazo.

Otros temas tratados en la reunión es la necesidad de estructurar puntualmente el plan de acción para llegar a los objetivos propuestos. En esta reunión me desempeñé como colaboradora en la identificación de falencias y fortalezas.

Posteriormente me encargué de ajustar la MISIÓN y VISIÓN tomando en cuenta lo hablado en la reunión anterior, de manera que fuera clara en su objeto social y visualizara el crecimiento de la Asociación. Definí también el portafolio de servicios que ofrece a sus afiliados, lo condensé en unas presentaciones institucionales que también diseñe y elaboré buscando consolidar la imagen corporativa, como herramienta visual para vender ACOLMIPYME a su mercado local.

Algunas estrategias que se planearon para mejorar la principal falencia fueron, en primer lugar realizar actividades fijas anuales, que le den mayor visibilidad a ACOLMIPYME en el entorno en el cual ejerce operaciones. Siendo éste mi aporte se concretó: realizar una (1) actividad académica, como un congreso empresarial para el fortalecimiento de las MIPYMES y una (1) actividad comercial como una FERIA EMPRESARIAL, que brinde un espacio para que las MIPYMES se den a conocer y puedan fomentar su crecimiento.

Nuevamente participé de una reunión con el Director Ejecutivo y el Director Regional para revisión de la propuesta de la planeación estratégica. Finalmente y luego de las correcciones pertinentes, se hizo reunión con la Asamblea General y todos los Directores

Regionales, para socializar la nueva directriz que iba a tomar ACOLMIPYME, en busca del crecimiento y fortalecimiento de la misma. La Asamblea aprobó todos los puntos tratados, y cada uno ratificó su compromiso de replicar las estrategias para sus respectivos Departamentos.

Luego seguí el proceso anterior para la asesoría y reestructuración del afiliado a ACOLMIPYME, la empresa FÉNIX CONSULTING & PARTNERS. Empecé con una reunión con la Dirección de la empresa, para la revisión y análisis de la planeación estratégica establecida y cómo la tendencia de su mercado objetivo lo obliga a adaptarse. Posteriormente, realicé una propuesta de ajustes en la metodología de gestión, con cambios como:

- Compras programadas mensuales
- Contratos para precios preferenciales de mensajería
- Ampliar la misión para abarcar futuros servicios a ofrecer

Durante el desarrollo de esta tarea, fortalecí los conocimientos y habilidades en Administración.

#### 4.2.4.2 *Elaboración del Manual de Imagen Corporativa de Acolmipyme*

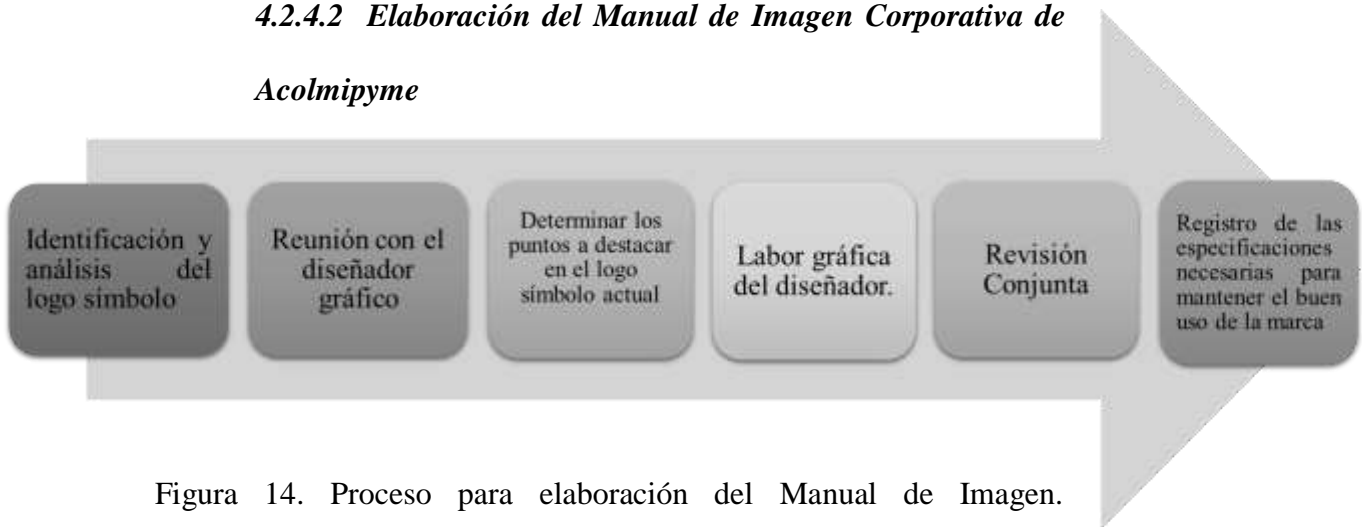


Figura 14. Proceso para elaboración del Manual de Imagen.

Elaboración propia.

Para la elaboración del manual de imagen corporativa, inicié por identificar el logo símbolo, analizando su impacto a nivel visual, el nivel de recordación y la pertinencia para una Asociación como ACOLMIPYME:

- **Impacto visual:** El logo símbolo es sencillo, son tres circunferencias interconectadas, ligeramente inclinadas hacia el centro, denota interconexión y asociación. Se identifica con los colores de la bandera nacional con una combinación más oscura, para resaltar. Debido a su diseño de formas orgánicas y la combinación de colores se concluye que es **pertinente** y acorde a lo que se pretende proyectar.
- **Nivel de recordación:** La sencillez de la imagen, los colores y su distribución hace relativamente fácil la recordación de este logo. Una prueba estadística con

una muestra de 20 personas, que no habían visto el logo anteriormente arrojó como resultados un nivel de recordación 19 de 20 personas.

Seguidamente me reuní con la diseñadora gráfica de ACOLMIPYME, para puntualizar y delegar las tareas correspondientes en la elaboración de manual de imagen corporativo. También determiné en conjunto con la diseñadora, los aspectos que se deben seguir destacando en el logo símbolo.

TAREAS CONSULTORA MERCADEO	TAREAS DISEÑADORA GRÁFICA
Establecer un tema que identifique la marca	Diseñar dicho tema
Revisar los diseños que se ajusten a la marca	Realizar la planimetría del logo
	Identificar el CMYK

Tabla 3. *Distribución de las tareas en el manual de imagen. Elaboración propia.*

Finalmente y luego de revisar conjuntamente el diseño final, se aprobaron las políticas establecidas del manejo de la marca, de esta manera se logró registrar el manual de imagen corporativa que ayuda en el posicionamiento de marca proyectando solidez, confianza, profesionalidad y asociatividad.

Durante este proceso reforcé los conocimientos adquiridos en Énfasis II, enfocado en mercadeo, para elaborar este manual usé la herramienta Power Point, y posteriormente quedó guardado en formato PDF.

#### 4.2.4.3 Ajuste de la estrategia publicitaria del afiliado Fénix Consulting

Luego de un análisis a la marca de la empresa afiliada Fénix Consulting & Partners, se encontró que presenta diferentes piezas publicitarias que pueden resultar confusas al no poseer un esquema o una estrategia definida, lo que dificulta el posicionamiento de su marca. Por esto fue necesario realizar un análisis de marca e inteligencia de mercados, para responder a las necesidades del segmento objetivo.

A continuación una serie de imágenes que ilustran las principales piezas publicitarias que utiliza Fénix Consulting, seguidamente la descripción de la pertinencia de las mismas.



Figura 15. Pieza Publicitaria 1 de servicio de asesoría.

**JUEVES 16<sup>º</sup> ABRIL**

**-15% HASTA 17 MARZO**

**TALLER DE LIDERAZGO 360º**

**04 MODULO LIDERANDO A MIS SUBORDINADOS**

**03 MODULO LIDERAZGO LATERAL**

**02 MODULO INFLUYENDO EN MIS LÍDERES**

**01 MODULO LIDER DE 360º**

**INSCRIBETE ¡YA!**

**Fenix Consulting & Partners**

**INFORMES**

(+57) 6 895343  
(+57) 317 428 4380

direccion@fenixconsulting.com.co

Calle 36 No 31 - 39. Oficina 112 Bucaramanga, Santander

creadores de **éxitos**

Aliado a **Acolmipyme** **Intelligent Orange**

Figura 16. Pieza publicitaria sobre capacitaciones

**Fenix Consulting & Partners**

Aliado a **Acolmipyme**

**NIIF**  
Normas Internacionales de Información Financiera

Calle 36 No 31 - 39 Oficina 112  
(+57) 6 895343  
(+57) 317 428 4380  
direccion@fenixconsulting.com.co  
Bucaramanga, Santander

Figura 17. Pieza publicitaria sobre la implementación NIIF



Figura 18. Pieza publicitaria general.



Figura 19. Pieza publicitaria sobre servicio de administración de talento humano



Figura 20. Pieza publicitaria 2 de servicio de asesoría

Según el análisis que realicé de las piezas publicitarias que maneja Fénix Consulting & Partners, las más indicadas para su portafolio de servicios son las imágenes 1,4 y 6 respectivamente, porque resaltan los colores de su marca, y reflejan sencillez y profesionalidad.

Se sugiere adicionar los esquemas de la Imagen 1 y 6 al manual de imagen de marca, como predeterminados para Títulos o listados. (Ver Anexo)

Se recomienda también evitar dibujos y elementos que no sintonicen o de colores ajenos a los corporativos, porque restan seriedad a la pieza publicitaria y confunde al espectador.

#### 4.2.5 Otras labores encomendadas

- Elaboración de propuestas comerciales y portafolio de servicios de Fénix Consulting & Partners
- Elaboración de propuestas comerciales y portafolio de servicios de Corporación Soy Salud.
- Elaboración de presentaciones según la estrategia de mercadeo planeada para ACOLMIPYME
- Apoyo y mentoría a nuevos integrantes del recurso humano de ACOLMIPYME.
- Realizar Actas de reunión conforme se vayan dando.
- Contribuir a la elaboración de las políticas contables del proceso de transición NIIF de algunos afiliados, como Estaciones de Servicio, IPS, Empresas de transporte y agencias de viaje.
- Elaborar y modificar los indicadores de gestión para medir el rendimiento de la asociación periódicamente.

## **5. Teorías y conceptos**

Para el desarrollo de las labores encomendadas fue necesario recurrir a diferentes teorías y conceptos aprendidos en la formación académica profesional, que a continuación enunciaré. Éstas fueron soportes para la realización de mis actividades y en las cuales me base para la toma de decisiones.

### **5.1. Las siete (7) estrategias de Philip Kotler**

- Estrategia de bajos costes
- Crear una experiencia única para el consumidor
- Reinventar el modelo de negocio
- Ofrecer calidad máxima en el producto
- Centrarse en el nicho de mercado
- Ser innovador
- Ser el mejor en diseño

### **5.2 Los nuevos principios de marketing de Philip Kotler**

- Reconocer que el poder ahora lo tiene el consumidor
- Desarrollar la oferta apuntando específicamente al público objetivo de ese producto
- Diseñar la estrategia de marketing desde la perspectiva del cliente
- Acudir al cliente para conjuntamente crear más valor

- Utilizar nuevas formas de alcanzar el cliente con nuestro mensaje
- Enfocarse a crear activos de largo plazo

### **5.3 Segmentación de mercados:**

“La forma más común de segmentar los mercados es por medio de datos demográficos, como ingreso, edad, género, origen étnico y religión. Estos pueden combinarse. Las empresas pueden refinar aún más estos segmentos mediante la incorporación de datos psicográficos (valores, actitudes y estilos de vida)”. (Daniels, 2009, p. 616)

### **5.4 Enfoque ZOPP para formulación de proyectos**

El enfoque Ziel Orientierter Projekt Planung, (Planificación de proyectos orientada por objetivos) hace referencia a los principios, técnicas e instrumentos diseñada para facilitar la gestión de proyectos. Se diferencia por la importancia que cobra la participación de los involucrados en el proyecto, la concreción de las actividades por medio de productos verificables y la estructura de la matriz de marco lógico.

## 6. Aportes

### 6.1 Del estudiante a Acolmipyme

#### 6.1.1 Manual de Imagen corporativa



Figura 21. Vista de una página del Manual de Imagen.

El manual de imagen corporativa establece los parámetros en forma de una guía de estilo para que los usos de la marca en todo momento proyecten los valores que han sido planeados. Además identifica los usos incorrectos, brinda soporte para el posicionamiento de la marca, como para la fidelización de clientes. No obstante pese a su gran importancia, no habían establecidos criterios que guiaran el uso del logo símbolo. El manual de imagen corporativa como aporte, deja un fundamento para las estrategias publicitarias futuras.

Anteriormente describí el proceso para elaborar este apoyo. Utilicé la herramienta Power Point y tuve la colaboración del diseñador gráfico de la asociación.

### 6.1.2 Presentación de Acolmipyme



Figura 22. Vistazo de la presentación general de Acolmipyme

Es la primera carta de presentación abierta al público, para conocer quién es Acolmipyme, qué hace, dónde tenemos presencia. Este aporte supone un acercamiento entre la asociación y su mercado objetivo.

### 6.2 De Acolmipyme al estudiante.

Acolmipyme me ha permitido desempeñarme con la libertad de acción y decisión según mi criterio profesional, lo que ha permitido desarrollar la autoconfianza en mi ejercicio, asimismo, como persona me aportó el valor de la asociatividad, la cual aprendí, por ser uno de sus principios básicos. Éste se evidencia en la frecuente búsqueda de alianzas estratégicas para relaciones empresariales a largo plazo, en el trabajo conjunto con otros gremios sectoriales y dentro de la misma convivencia de la asociación.

También debo a la experiencia de las prácticas, mi primer acercamiento al mundo laboral, del cual destaco, el fortalecimiento de las habilidades de negociación con afiliados, patrocinadores y aliados estratégicos. En consecuencia, amplié los contactos profesionales y laborales significativamente, advirtiendo la importancia de la gestión de relaciones para el ejercicio de mi carrera profesional y los negocios.

Destaco que para el correcto desempeño de mis labores que involucraron las Normas Internacionales de Información Financiera, fui capacitada en éstas, su importancia, el marco jurídico, los plazos para la convergencia y otros aspectos relevantes.

El cargo de coordinador, me permitió fortalecer en gran manera los conocimientos adquiridos, esto debido a la conexión del cargo con todas las demás áreas de trabajo, así como la integralidad del profesional en negocios internacionales.

## 7. Conclusiones

- La práctica empresarial permite el acercamiento real a la dinámica de las empresas; el cual es de suma importancia debido a la gran diferencia entre la perspectiva académica y el ejercicio empresarial real. Por tanto, la experiencia es bilateralmente enriquecedora y tiende a minimizar esa brecha.
- Logré fortalecer actitudes profesionales como la toma de decisión, el trabajo en equipo, la confianza y la excelencia, indispensables para el ejercicio de la carrera, aportándome un enfoque de liderazgo en el campo que decida desempeñarme.
- Consolidé la asociatividad y la cooperación, como principios fundamentales en mi vida personal y profesional. Esto debido a que son los principios rectores de la asociación, con los cuales me identifiqué y corroboré el enfoque social que le da a la asociación.
- Es importante destacar, que el practicante tiene la libertad y responsabilidad de obrar bajo su criterio personal. Por tanto es medible la capacidad o debilidad del profesional en la toma de decisiones, éste ha sido uno de los aspectos más satisfactorios dentro de la experiencia de la práctica empresarial.

### Bibliografía

Daniels. John D, (2010) Negocios internacionales: ambientes y operaciones.(Carril. Maria del

Pilar, trad) México. (2009)

Decreto 2129 de 2014. Por el cual se señala un nuevo plazo para que los preparadores de información financiera que conforman el Grupo 2 den cumplimiento a lo señalado en el parágrafo 4° del artículo 3° del Decreto 3022 de 2013

Decreto 2706 de 2012. Por el cual se reglamenta la Ley 1314 de 2009 sobre el marco técnico normativo de información financiera para las microempresas. Publicado en el Diario Oficial 48657 de diciembre 28 de 2012

Estatutos orgánicos de ACOLMIPYME. 2012. Asamblea Nacional

Ley 1314 de 2009. Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento. Publicada en el Diario Oficial 47.409 de julio 13 de 2009

Términos de referencia. 2015. Convocatoria para la entrega de recursos de cofinanciación a propuestas que tengan por objeto el alistamiento y convergencia de la Norma NIIF en PYMES colombianas. N° UGCE-NIIF004-2015. Recuperado de la fuente <http://www.innpulsa.com/es/oferta/convocatoria-para-la-entrega-de-recursos-de-cofinanciacion-propuestas-que-tengan-por-objeto>

Apéndices

Apéndice A: Apartes del manual de imagen corporativa



## Descripción del Logo Símbolo

Proyecta asociatividad →

Proyecta Nacionalidad →

Proyecta confianza →



**Acolmipyme**

7




## Esquema de las presentaciones

**Preferir las infografías**



Numerales con el logotipo de la marca

Imagen puede tener fondo gris discreto



Evitar "estirar" la imagen más allá de su proporción

16



## Usos incorrectos



Fondos que dificulten la lectura del logo símbolo



Cambios en la proporción



Rotación del logo símbolo



Cambio en la distribución





## Publicidad



Preferir que las personas miren hacia el texto o marca a destacar

Preferir piezas publicitarias sencillas en su concepto



**Apéndice B:** Apartes de la presentación propuesta para afiliados

## ¿Quién es ACOLMIPYME?

Somos la Asociación Colombiana de Micro Pequeñas y Medianas empresas; una organización que integra las MIPYME, les brinda acompañamiento y promueve su crecimiento.



## ¿Qué puede hacer por su empresa?

Conectarlo con asesores en desarrollo empresarial

Asociarlo con otros empresarios según sus necesidades

Representarlo y velar por sus intereses

Facilitar espacios de aprendizaje y promoción para su empresa







## Ventajas de ser asociado







-  Acceso a otros empresarios con quienes puede asociarse
-  Beneficiario de talleres empresariales de diversos temas de interés
-  Calendario de actividades disponibles para participar
-  Disponibilidad para asesoría técnica empresarial



## ¿Cómo ser asociado?



-  Formulario de inscripción
-  Cámara de comercio
-  RUT
-  Copia de documento de identidad del Representante Legal