

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL



SARA MARÍA PALACIOS SILVA

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2016

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

SARA MARÍA PALACIOS SILVA

Informe final de práctica presentado para optar el título de Profesional en Negocios
Internacionales

Asesor

PAOLA ANDREA CELIS CAJICÁ
Profesional en Negocios Internacionales

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2016

Autoridades Académicas

P. JUAN UBALDO LÓPEZ SALAMANCA, O.P.

Rector General

P. MAURICIO ANTONIO CORTES GALLEGO, O.P

Vicerrector Académico General

P. JOSÉ ARTURO RESTREPO RESTREPO, O.P

Rector Sede Villavicencio

P. FERNANDO CAJICÁ GAMBOA, O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Adm. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Doc. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

Nota de Aceptación

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

PAOLA ANDREA CELIS CAJICÁ

Director Trabajo de Grado

EDISÓN ORLANDO GARZÓN CESPEDES.

Jurado

Villavicencio, Octubre de 2016

Contenido

	Pág.
Glosario	9
Resumen.....	10
Introducción	11
Justificación.....	12
1. Objetivos.....	13
1.1. Objetivo General	13
1.2. Objetivos Específicos	13
2. Presentación de Comexentro	14
2.1. ¿Quiénes somos?	15
2.2. Misión	15
2.3. Visión	15
2.4. Portafolio de servicios	16
2.5. Equipo de trabajo	16
3. Asesorías brindadas a los empresarios.....	18
3.1. Asistencia Consultorio (loma linda)	18
3.2. Asesoría a los empresarios del Pan de Arroz.....	20
3.3. Asesoría a los empresarios del Queso Siete Cueros	20
3.4. Asesoría a los empresarios de Café Villavo	21
3.5. Asesoría a los empresarios del Dulima para el Amarillo a la Monseñor	21
3.6. Asesoría a los empresarios del Centro de Investigación tecnológico	22
3.7. Asesoría estudiante Daniela Pardo Rondón.....	22
3.8. Asesoría estudiante Iván Beltrán	23
3.9. Asesoría a proyecto de empresa turística del META.....	23
4. Visibilización del consultorio en el entorno competente	24
4.1. Evento ‘La importancia de los incoterms en el comercio internacional’	24
4.2. Denominación de Origen y Marca Colectiva	24
4.3. Feria Empresarial Usta Visión 2020.....	27
4.4. Evento Cámara de Comercio Colombo - Árabe	28

4.5. Gestión de portafolio, artes y representaciones gráficas para el consultorio.....	29
5. Manejo de redes sociales	32
Conclusiones	33
Recomendaciones.....	35
Referencias bibliográficas	36

Tabla de Fotografías

	Pág.
<i>FOTOGRAFÍA 1 Reunión equipo comexentro.....</i>	19
<i>FOTOGRAFÍA 2 Oficina comexentro.....</i>	19
<i>FOTOGRAFÍA 3 Trabajo oficina comexentro.....</i>	20
<i>FOTOGRAFÍA 4 Asesoría Café Villavo</i>	21
<i>FOTOGRAFÍA 5 Dra. María José Lamus (SIC) Y Practicantes</i>	25
<i>FOTOGRAFÍA 6 Senadora y Rector.....</i>	25
<i>FOTOGRAFÍA 7 Conferencia DENOMINACION SIC.....</i>	26
<i>FOTOGRAFÍA 8 Estudiantes en Feria empresarial USTA.....</i>	27
<i>FOTOGRAFÍA 9 Equipo comexentro en feria empresarial.....</i>	27
<i>FOTOGRAFÍA 10 Equipo comexentro en evento Cámara de comercio</i>	28
<i>FOTOGRAFÍA 11 Directora Cámara de comercio Colombo - Árabe</i>	28

Tabla de ilustraciones

	Pág.
<i>Ilustración 1 Certificado conferencia SIC</i>	26
<i>Ilustración 2 Brochure Comexentro.....</i>	29
<i>Ilustración 3 Portafolio de servicios</i>	30
<i>Ilustración 4 Carné de practicante</i>	31
<i>Ilustración 5 Estadísticas Fanpage Facebook</i>	32

Glosario

- **Comexentro:** Centro de apoyo especializado en negocios internacionales de la Universidad Santo Tomás, para el acompañamiento empresarial.
- **Emprendimiento:** del verbo emprender, término que hace referencia a llevar a cabo una obra o un negocio. Es aquella actitud y aptitud de una persona que le permite desarrollar nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado.
- **Empresa:** Es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios.
- **Exportación:** Es cualquier bien o servicio enviado fuera del territorio nacional. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero.
- **Internacionalización:** Se puede definir como el conjunto de actividades que una empresa desarrolla fuera de los mercados que constituyen su entorno geográfico natural.
- **Investigación:** Es el proceso de descubrimiento de un nuevo conocimiento.
- **Logística:** Es el conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución.

Resumen

La Universidad Santo Tomás como institución que busca la verdad, trabaja bajo la premisa de formar profesionales íntegros que en el desarrollo de sus labores, aporten al crecimiento social y económico del país y la región. Lo anterior a través de su Unidad de Proyección Social, la cual propende aportar al fortalecimiento empresarial del departamento del Meta.

Es por ello que Comexentro el centro de asesoría para la internacionalización de la universidad Santo Tomás, ha llevado a cabo una serie de actividades de acompañamiento y asesoría al músculo empresarial de la región. En cumplimiento de sus objetivos, lineamientos y en función del propósito del departamento de proyección social; Comexentro, ha desarrollado además de visitas empresariales y asesorías, distintos foros de interés que han permitido a la red empresarial del Meta conocer temas pertinentes a su labor comercial.

El practicante Sara María Palacios inicia su práctica profesional el día 9 de Septiembre del 2015, recibiendo el cargo de asesor junior, y con la responsabilidad de continuar con un proceso que logre hacer el consultorio Visible en el entorno empresarial e institucional, por ello se fijó como meta tener una fuerte participación en eventos, generar vínculos institucionales y dejar huella en el tejido empresarial.

Palabras clave: Asesoría, Comexentro, Internacionalización, Tejido empresarial

Introducción

El auge y crecimiento del comercio internacional es actualmente uno de los principales focos de desarrollo económico y social de las naciones, la necesidad de generar industrias y empresas fuertes y competitivas es inminente a la hora de hacer frente y liderar el ingreso a los mercados extranjeros. Con el objetivo de aportar al fortalecimiento del tejido empresarial del Departamento del Meta, la Universidad Santo Tomás sede Villavicencio por medio de su Unidad de Proyección Social, adapta como extensión de la sede de Bucaramanga, el Consultorio de Asesoría para los Negocios Internacionales (Comexentro) para ejecutar por medio de la academia, estrategias y alianzas que beneficien y aporten al fortalecimiento de la industria local.

El presente informe da cuenta de los aportes y labores ejecutadas por La practicante en el cargo de Asesor Junior de Negocios, así como los logros, estrategias implementadas y mejoras realizadas al consultorio. Además de la experiencia, las habilidades y conocimientos que harán de ellos profesionales preparados y con una gran noción del mundo empresarial y la realidad global.

Justificación

La Universidad Santo Tomás dentro de su razón de ser, cuenta con una Unidad de Proyección Social, la cual fortalece el impacto de la universidad en los territorios locales, regionales y nacional a partir del vínculo de las líneas de acción de la proyección social con los programas curriculares de pregrado y posgrado para la formulación, gestión, apoyo de proyectos y acciones interdisciplinarias, interinstitucionales con el sector público y privado. Las facultades y unidades académicas de la USTA trabajan para mantener vínculos con la sociedad, a través de los programas de participación de Egresados, relaciones Interinstitucionales, Emprendimiento, Educación Continuada, Desarrollo Comunitario y Asesorías/Consultorías. (Universidad Santo Tomás, 2016)

Acorde a los lineamientos de la Unidad de Proyección Social, el Consultorio de Asesoría para los Negocios Internacionales (Comexentro), busca vincular la academia por medio de docentes y estudiantes practicantes con la realidad empresarial de la región, creando alianzas y cooperaciones con entidades nacionales tales como la Cámara de Comercio, ProColombia, Fenalco, entre otras. Con el fin de apoyar y educar la labor internacional de las empresas.

Para los estudiantes de la Universidad Santo Tomás es una gran oportunidad poder desarrollar una práctica profesional, por el respaldo y la experiencia que esta otorga a la hoja de vida. El poner en marcha los conocimientos adquiridos en el andar académico, enmarcados en los cuatro énfasis de la carrera de Negocios Internacionales que se ajustan perfectamente a satisfacer las necesidades y requerimientos del entorno global empresarial.

1. Objetivos

1.1. Objetivo General

Aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera de Negocios Internacionales y sus énfasis de Logística Internacional, Mercadeo Internacional y Relaciones Internacionales a la dinámica empresarial de la región y apoyar su gestión en el camino a la internacionalización.

1.2. Objetivos Específicos

- Aplicar los conocimientos de la practicante en las asesorías brindadas a los empresarios.
- Visibilizar Comexentro entre los empresarios de la región y las entidades nacionales e internacionales dedicadas a potencializar el comercio exterior.
- Implementar estrategias desde los énfasis de la Facultad de Negocios Internacionales para aportar al mejoramiento y fortalecimiento empresarial de la región.

2. Presentación de Comexentro

Comexentro nace como una iniciativa en la ciudad de Bucaramanga con el objetivo de brindar asesoría y consultoría a los empresarios interesados en internacionalizar sus productos y servicios, para así articular los distintos actores de territorio a los procesos de internacionalización tal como las funciones sustantivas entre sí.

Comexentro se fortalecerá con la participación de docentes, estudiantes de semilleros de investigación bajo la metodología de proyectos o por áreas de conocimiento y sus practicantes que desarrollarán el papel de asesores junior en negocios

Como labores desarrolladas hasta ahora, Comexentro Cuenta con un equipo humano conformado por un docente coordinador, docentes asesores y estudiantes practicantes, quienes han asesorado a algunos empresarios con interés de internacionalizarse; gestionado alianzas estratégicas con entidades como Procolombia (antiguo Proexport), cámara de comercio Villavicencio y Fenalco Meta.

Comexentro Villavicencio cuenta hoy con todo un sistema identidad que ha estado promocionado a nivel institucional y departamental, tanto en eventos de carácter nacional como la asistencia a la Macrorueda #55 Llevada a cabo por Procolombia en corferias (Bogotá), y en redes sociales donde cuenta con seguidores atentos a eventos y noticias relacionadas con la internacionalización.

A su vez, actualmente Comexentro convoca sus propios eventos a fin con las necesidades manifestadas por los empresarios y cuenta con un espacio de consultorio en la sede Loma linda los días lunes y jueves, para atender las asesorías de los empresarios [y](#) personas interesadas en recibir este apoyo gratuito, de igual manera hace presencia en eventos y reuniones en torno a la internacionalización a nivel departamental.

2.1. ¿Quiénes somos?

Comexentro es un consultorio empresarial, adscrito a la Facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás sede Villavicencio, fundamentado en la prestación de servicios de asesoría especializada en Negocios Internacionales, con el objeto de participar activamente en el fomento de la internacionalización de la región de la Orinoquia.

Trabaja en el perfeccionamiento de las habilidades y formación profesional del estudiante, quien actúa como medio para facilitar el acceso a los negocios, a través de asesorías y consultorías a las empresas locales, regionales y nacionales; generando desarrollo social, económico, cultural y de compromiso social en miras a la internacionalización.

2.2. Misión

Comexentro es el aliado estratégico de los empresarios de la región de la Orinoquía Colombiana, que busca la cooperación, apoyo y el acompañamiento empresarial, a través de consultorías y asesorías en los campos de gestión de proyectos, logística y distribución física internacional, marketing internacional y la gestión de alianzas estratégicas internacionales, con un equipo interdisciplinario idóneo y capaz de liderar procesos de internacionalización.

2.3. Visión

Para el 2020 Comexentro será el consultorio de negocios internacionales con mayor influencia en los empresarios de la región Orinoquia con visión internacional, contando con la solidez y la experiencia necesaria, impulsando el desarrollo económico, social y cultural con el apoyo de entidades en el campo de la internacionalización.

2.4. Portafolio de servicios

- Consultoría y Asesoría
- Asistencia técnica especializada en las áreas de:
 - Mercadeo internacional
 - Administración de negocios internacionales
 - Logística y distribución física internacional
 - Relaciones internacionales.
- Trámites de comercio exterior
- Negociación internacional
- Investigación y desarrollo de mercados internacionales.
- Apoyo al fortalecimiento empresarial de orden administrativo, organizacional y jurídico.
- Capacitaciones, talleres y seminarios a los empresarios e Instituciones de la región.

2.5. Equipo de trabajo

- Coordinador y Docentes Asesores:
 - Rene Herrera
 - Martha Ximena Silva Manrique
 - Naur Francisco Parrado
 - Oscar Iván Pinzón Londoño
- **Asesores Junior de Negocios Internacionales.**
 - Sara María Palacios Silva
 - Juan Sebastián Hernández Martínez

- Jefferson Cadena Farfán
- Luis Alejandro Reina
- Iván Yesid Beltrán Castañeda
- Valeria Aguirre Beltrán

Todo lo anterior con el firme propósito de promover el emprendimiento y el desarrollo de las empresas asesoradas.

3. Asesorías brindadas a los empresarios

La Practicante en el cargo de Asesor Junior de negocios internacionales en Comexentro centra sus labores y actividades de prestar y brindar acompañamiento al tejido empresarial de la región, mediante asesorías y consultorías soportadas en los docentes a cargo, el área de investigación y la unidad de proyección social y de este modo, cumplir con el objetivo de fortalecimiento e internacionalización de la industria regional.

3.1. Asistencia Consultorio (loma linda)

El centro de asesoría para la internalización de la universidad Santo Tomas Comexentro, sede Villavicencio, ha llevado a cabo una serie de actividades de acompañamiento y asesoría al musculo empresarial de la región. En cumplimiento de sus objetivos, lineamientos y en función del propósito del departamento de proyección social; Comexentro, ha desarrollado además de visitas empresariales y asesorías, distintos foros de interés que han permitido a la red empresarial del Meta conocer temas pertinentes a su labor comercial.

En el desarrollo de este objetivo se permitió un espacio de atención en el consultorio de Loma Linda los días Lunes y Miércoles de 8:00 am y 12 :00 m , de esta forma se generó un espacio físico en donde se podía atender a los empresarios y a todos los particulares interesados.

FOTOGRAFÍA 1 REUNIÓN EQUIPO COMEXENTRO



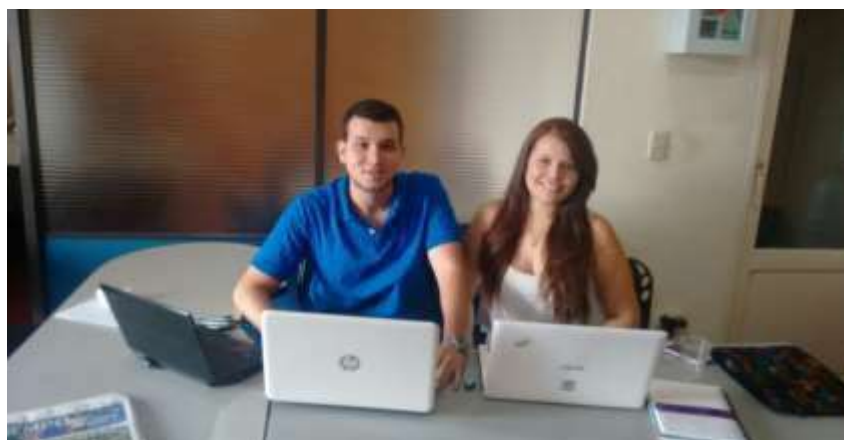
Fuente: Tomada por el autor

FOTOGRAFÍA 2 OFICINA COMEXENTRO



Fuente: Tomada por el autor

FOTOGRAFÍA 3 TRABAJO OFICINA COMEXENTRO



Fuente: Tomada por el autor

3.2. Asesoría a los empresarios del Pan de Arroz

Se continua con el proceso de acompañamiento al estudio de Denominación de Origen que se adelanta junto a la asociación ASPAMET se avanza con la búsqueda de otros medios para continuar con el proceso de estudios organolépticos ya que la Universidad de los llanos no brindo respuesta efectiva a la solicitud por tal motivo se contacta con la sra. Liliana García, jefe de prensa de la senadora Maritza Martínez quien hace de puente entre el Consultorio y Corpoica para adelantar las investigaciones necesarias sobre el suelo y el análisis de las características que hacen del pan de arroz un producto merecedor de Denominación.

3.3. Asesoría a los empresarios del Queso Siete Cueros

Se realizó una visita a la empresa Lácteos La Catira, en el municipio de Cumaral – Meta, en la cual por medio del empresario Melquicedec Valero, propietario de dicha empresa, se hizo una recopilación de información histórica y del desarrollo del queso siete cueros en la región, así como de los principales productores, características del producto y en especial, las que son inherentes al suelo y otorgan al queso siete cueros propiedades únicas en la región.

3.4. Asesoría a los empresarios de Café Villavo

Se realiza un primer encuentro en las instalaciones de la empresa Café Villavo, junto a su representante la Sra. Liliana Garzón, en el cual se obtuvo una vasta información acerca del proceso de producción de café en la vereda Puente Abadía del departamento del Meta y la unión de un gran número de familias en pro de constituir la empresa. El objetivo de la reunión fue adelantar temas en la agenda referente a la denominación de origen de su producto, posteriormente se realiza un nuevo encuentro en las instalaciones del Consultorio sede Loma linda, en el cual asiste todo el equipo Comexentro, se realiza nuevamente una contextualización de las necesidades actuales de la compañía, se graba el encuentro y se pactan actividades para dar inicio a un plan estratégico de marketing que requiere la empresa, nos encontramos a la espera de una información previa de estas temáticas ya trabajadas por un equipo del Sena y de esta forma partir con la base previa y actualizar el estado de dichos estudios.

FOTOGRAFÍA 4 ASESORÍA CAFÉ VILLAVO



Fuente: Tomada por el autor

3.5. Asesoría a los empresarios del Dulima para el Amarillo a la Monseñor

La reunión se llevó a cabo en la sede central del restaurante Dulima con su propietaria la señora María Del Rosario Ramírez, en nombre de Acodres, la Asociación Colombiana de Restaurantes, para discutir y agendar una serie de tareas a ejecutar en favor de obtener el registro histórico, la

especificación del plato en tema de ingredientes y procedencia de los mismos para definir el componente único y diferenciador del amarillo a la monseñor.

3.6. Asesoría a los empresarios del Centro de Investigación tecnológico

Se realiza acompañamiento a la compañía CEINDETEC , quien desea hacer visible los servicios que brinda la compañía se sugiere un registro marcario y l proceso avanza satisfactoriamente puesto que se logró obtener por medio de la Superintendencia de Industria y Comercio los certificados de la charla "ASPECTOS BÁSICOS DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN Y MARCA COLECTIVA" dicho certificado otorga un descuento del 25% en el registro, a este deben juntar los formularios PI01-F01 y PI01-F06 para poder hacerlo efectivo, a su vez se sugiere cancelar el estudio de antecedentes marcarios fonéticos y figurativos para no encontrar futuros inconvenientes en el registro de la marca, se realizó una consulta previa y dio como resultado que aparentemente no se encuentra ninguna marca con registro de dicho nombre.

De acuerdo a la actividad que desempeña la compañía esta se encuentra clasificada en la Categoría Niza Clase 42, que hace referencia a Servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigación industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software.

3.7. Asesoría estudiante Daniela Pardo Rondón

El día miércoles 06 de Abril, se realizó el primer encuentro con la estudiante Daniela Pardo Rondón, quien encabeza un proyecto familiar que tiene como objetivo, la internacionalización de su producto inicialmente al mercado ruso y estadounidense. El producto en mención, es una manualidad que parte de un servilletero en madera, al cual se le agrega valor artesano por medio de decoración y adornos manuales en vinilo. Como conclusión, el producto es desarrollado por un conjunto familiar, los cuales ven una gran oportunidad para su producto en el mercado extranjero y desean consolidar su empresa y formalizarla a fin de generar ventas netamente internacionales.

Las acciones a realizar y supervisar en próximos encuentros, son principalmente llevar a cabo el proceso de gestión, creación de empresa y constitución legal, a fin de crear un actor responsable de dicho proceso. Del mismo modo, se prestará una asesoría en marketing internacional, mediante la cual se ejecutará un plan de estudio de mercado en el extranjero por medio un contacto con el que los empresarios ya cuentan, para obtener información de primera mano sobre las preferencias, comportamiento y posteriormente reacción del consumidor frente al producto. Adicional a esto, se llevará a cabo un acompañamiento a los empresarios en temas de logística internacional, a fin de encontrar la forma y el medio más adecuado para llevar inicialmente las muestras del producto y luego la mercancía en pleno.

3.8. Asesoría estudiante Iván Beltrán

El día Lunes 22 de Febrero se realiza un encuentro con el estudiante Iván el expone su proyecto empresarial que tiene como objetivo Constituir una marca de Cupcakes con elemento diferenciadores que hagan de su empresa algo extraordinario en la región, se le guía la asesoría frente a temas relacionados con Marketing y se resuelven dudas frente al registro del proceso marcario, Iván manifiesta el interés por unirse al equipo comexentro y trabajar su proyecto de manera colectiva con el equipo.

3.9. Asesoría a proyecto de empresa turística del META

Comexentro toma una Idea de Negocio que se desarrolla como actividad económica, que no poseía de una identidad visual, tampoco de símbolos ni signos de identificación, se inicia el proceso de asesoría en marketing y administración, donde el tema "Branding" es el primer propósito a desarrollar, se realiza descripción de la empresa, inicia las búsqueda de nombre mediante mapa perceptivo de posicionamiento (Naming), donde se analiza investigación, cambio y aceptación del mismo (ETM, Destino Meta y SINDESTINO son los más apropiados), se da la sugerencia de asignar el nombre definitivo, se identifica el arquetipo con el cual la empresa se siente identificada, se elaboran modelos de signos distintivos, donde se crea una identidad visual (logo-isologo), La reorganización de servicios brindados y sugerencias para la generación de valor agregado a la empresa (tarjeta cliente-fidelización), son las temáticas propuestas para desarrollar a futuro.

4. Visibilización del consultorio en el entorno competente

Dentro de las labores internas, el practicante debe desarrollar actividades de promoción y visibilidad del consultorio frente a la sociedad, empresarios y alumnos, apoyando logísticamente los eventos a realizar por la facultad de Negocios Internacionales. Además de las sinergias que se desarrollan con dependencias de la universidad como Investigación; semilleros, grupos y jóvenes investigadores.

En cuanto a las labores externas, se llevan a cabo actividades con entidades privadas, públicas y mixtas. Entidades con las cuales el practicante debe realizar asesorías y consultorías y generar y mantener canales de comunicación y cooperación con entidades dedicadas a fortalecer y promover el desarrollo empresarial de la región.

4.1. Evento ‘La importancia de los incoterms en el comercio internacional’

La cámara de comercio de Villavicencio realiza periódicamente capacitaciones y charlas informativas acerca de términos y modalidades de negociación con las potenciales empresas a exportar. Comexentro estuvo apoyando el evento y promocionando su portafolio de servicios.

4.2. Denominación de Origen y Marca Colectiva

El día 15 de febrero de 2016 en conjunto con el Aula de Propiedad Intelectual de la Superintendencia de Industria y Comercio y la Asociación de Pan de arroz del Meta, Comexentro, se encargó de la organización del evento “ASPECTOS BÁSICOS DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN Y MARCA COLECTIVA” en el cual se discutieron temáticas pertinentes para los productos merecedores de la denominación de origen en la región, siendo el foco principal el producto bandera del proceso el Pan de arroz.

Se contó con la participación de la doctora María José Lamus Becerra, directora de Signos Marcarios de la Superintendencia de Industria y comercio, la honorable senadora de la Republica,

Maritza Martínez, así como de diversos actores de los sectores empresarial, académico, institucional y estudiantil del departamento del Meta.

FOTOGRAFÍA 5 DRA. MARÍA JOSÉ LAMUS (SIC) Y PRACTICANTES



Fuente: Tomada por el autor

FOTOGRAFÍA 6 SENADORA Y RECTOR



Fuente: Tomada por el autor

FOTOGRAFÍA 7 CONFERENCIA DENOMINACION SIC



Fuente: Tomada por el autor

ILUSTRACIÓN 1 CERTIFICADO CONFERENCIA SIC



Fuente: Recibido de dirección de Signos Marcarios

4.3. Feria Empresarial Usta Visión 2020

Comexentro estuvo presente en la feria empresarial realizada por la Universidad Santo Tomás en conjunto con la gobernación del Meta, el Sena y empresas aliadas. Apoyando el evento y promocionando el portafolio de servicios del consultorio tanto en la apertura como en el desarrollo en el centro comercial Viva.

FOTOGRAFÍA 8 ESTUDIANTES EN FERIA EMPRESARIAL USTA



Fuente: Tomada por el autor

FOTOGRAFÍA 9 Equipo comexentro en feria empresarial



Fuente: Tomada por el autor

4.4. Evento Cámara de Comercio Colombo - Árabe

Gracias al fuerte vínculo creado con la cámara de comercio, se obtuvo un espacio en el evento “PAISES ARABES PUESTRA DEINGRESO A MERCADOS ALTERNATIVOS”, se contó con la presencia de la directora de la Cámara de Comercio Colombo – Árabe y se compartió con algunos empresarios interesados en miras a exportación a estos países, y se pudo dar a conocer la labor del consultorio.

FOTOGRAFÍA 10 EQUIPO COMEXENTRO EN EVENTO CÁMARA DE COMERCIO



Fuente: Tomada por el autor

FOTOGRAFÍA 11 DIRECTORA CÁMARA DE COMERCIO COLOMBO - ÁRABE



Fuente: Tomada por el autor

Fuente: Área de comunicaciones, Universidad Santo Tomás

ILUSTRACIÓN 3 PORTAFOLIO DE SERVICIOS



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA
VILLAVICENCIO

ACREDITACIÓN
INSTITUCIONAL
DE ALTA CALIDAD
MULTICAMPUS
May 1994 No. 120555 del 22 de mayo de 2004

comEXentro

Centro de apoyo especializado en
Negocios Internacionales

COMEXENTRO es un consultorio empresarial, adscrito a la Facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás sede Villavicencio, fundamentado en la prestación de servicios de asesoría especializada en Negocios Internacionales, con el objeto de participar activamente en el fomento de la internacionalización de la región de la Orinoquía.

Portafolio de Servicios

- ◆ Consultoría y Asesoría
- ◆ Asistencia técnica especializada en las áreas de:
 - ◆ Mercadeo internacional
 - ◆ Administración de negocios internacionales
 - ◆ Logística y distribución física internacional
 - ◆ Relaciones internacionales.
- ◆ Apoyo al fortalecimiento empresarial de orden administrativo, organizacional y jurídico.
- ◆ Capacitaciones, talleres y seminarios a los empresarios e Instituciones de la región.

Contacto

Universidad Santo Tomás
Sede Loma Linda

Horario de Atención:
Lunes y Miércoles: 8:00am a 12:00m



 /ComEXentro

 @comexentro

Fuente: Área de Comunicaciones, Universidad Santo Tomás

ILUSTRACIÓN 4 CARNÉ DE PRACTICANTE

The image shows the front and back of a student ID card for ComEXentro. The top of the card features the Universidad Santo Tomás logo and name, along with an accreditation seal. The front of the card displays the ComEXentro logo, its description as a specialized support center for international business, and social media handles for Facebook (/ComEXentro) and Twitter (@comexentro). The back of the card repeats the logo and description, followed by the text 'Aliados estratégicos para la internacionalización del Tejido Empresarial de la Orinoquía'. It also lists contact information: phone numbers 661 43 61 Ext: 4004 and 312 309 95 50, email comexentro@usantotomas.edu.co, and the address Universidad Santo Tomás - Sede Loma Linda, Carrera 48 # 19 - 05 sur vía acacias. The name Sara María Palacios Silva and her title Asesora Junior de Negocios Internacionales are printed in a blue box at the bottom left. The attention hours (Horario de Atención) are listed as Lunes y Miércoles: 8:00am a 12:00m.

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA
VILLAVIEJA

comEXentro
Centro de apoyo especializado en
Negocios Internacionales

f /ComEXentro **t** @comexentro

comEXentro
Centro de apoyo especializado en
Negocios Internacionales

**Aliados estratégicos para la internacionalización del
Tejido Empresarial de la Orinoquía**

Sara María Palacios Silva
Asesora Junior de Negocios Internacionales

☎ 661 43 61 Ext: 4004
☎ 312 309 95 50
✉ comexentro@usantotomas.edu.co
📍 Universidad Santo Tomás - Sede Loma Linda
Carrera 48 # 19 - 05 sur vía acacias

Horario de Atención:
Lunes y Miércoles: 8:00am a 12:00m

Fuente: Área de comunicaciones, Universidad Santo Tomás

5. Manejo de redes sociales

Dentro de las labores a desarrollar en Comexentro, uno de los principales objetivos es potencializar el reconocimiento del consultorio y posicionarlo por medio de las redes sociales para llegar fácilmente al nicho de cibernautas. Páginas como Facebook, Twitter, Instagram y Blogs, sirvieron como plataformas para desarrollar diversas estrategias de publicidad y creación de nuevos contenidos y piezas gráficas que llegaran inteligentemente al consumidor.

El historial de actividades de Comexentro en redes sociales había sido muy positivo en el periodo anterior, la atracción de nuevos seguidores, las interacciones y gustos por las publicaciones de la página presentaban un constante crecimiento, lo cual, desde el 09 de Septiembre 2015, fecha de inicio del proceso como practicante, hasta el 22 de Julio de 2016 al culminar dicho periodo, las estadísticas presentan una cifra favorable en el total de personas que conocieron la página de Comexentro los cuales aumentaron en un 100% como se aprecia en la siguiente gráfica.

ILUSTRACIÓN 5 ESTADÍSTICAS FANPAGE FACEBOOK



Fuente: Fan page de Comexentro en Facebook

Conclusiones

Comexentro es una gran oportunidad para la Universidad Santo Tomás de actuar responsablemente y generar un gran aporte al desarrollo social y económico de la región, a sí mismo, es una gran plataforma para impulsar profesionales al mundo laboral, más capacitados, experimentados y con una gran noción de la realidad empresarial y el potencial del departamento del Meta. Además de ofrecer a las empresas la gran oportunidad de capitalizar todas las oportunidades que un mundo globalizado tiene por ofrecer y que en el desconocimiento de normas y procesos, han desaprovechado los beneficios que se puedan obtener de dichas operaciones.

En el desempeño de las labores; asesorías, consultorías y apoyo a los procesos que adelanta Comexentro, la practicante tuvo la oportunidad de llevar a la práctica los conocimientos y habilidades aprendidas a lo largo de la carrera universitaria. El buen desempeño y cumplimiento de objetivos logrados por el consultorio es un gran reflejo de las grandes capacidades, el compromiso y proactividad que demostraron los practicantes en el desarrollo de sus actividades fueron un gran aporte al objetivo de hacer de Comexentro una muy buena opción en su materia.

Gracias a la participación de los practicantes en múltiples eventos y encuentros, se logró posicionar a Comexentro como uno de los grandes aliados de los empresarios para la internacionalización de sus negocios. Participando y apoyando encuentros de las diferentes entidades que aportan al fortalecimiento empresarial del país, tales como la Cámara de Comercio, Fenalco, Procolombia, Universidades, Embajadas Extranjeras y Cámaras de comercio bilaterales. Atrayendo de este modo la mirada tanto de dichas entidades, generando alianzas y convenios con ellos, así como de los empresarios interesados en el portafolio de servicios del consultorio.

Sumado a lo anterior, la practicante y su grupo de trabajo realizaron una gestión alterna a sus labores por medio de las redes sociales, considerado como uno de los motores de la publicidad actualmente, con el objetivo de impactar directamente en la comunidad universitaria y en general al público que prefiere los medios electrónicos. Por medio de noticias de actualidad global, notas a fin con los énfasis de Negocios Internacionales y convocatorias y oportunidades para

emprendedores o empresarios, generando nuevos espacios de circulación para el consultorio y llegando cada vez a más personas.

Recomendaciones

Comexentro tiene un gran potencial por el concepto único que maneja en el departamento, pero la falta de inversión para su desarrollo ha sido muy baja. La Universidad Santo Tomás como principal interesado en la obtención de resultados, debería garantizar un mínimo de recursos tangibles que aporten al crecimiento y la facilitación de las labores.

Del mismo modo, el capital humano es fundamental, uno de los grandes obstáculos para el crecimiento del consultorio es el poco tiempo destinado al cumplimiento de las tareas por ajuste horario de los docentes. Desde la dirección se ha trabajado intermitentemente y la falta seguimiento hace que muchas veces los practicantes pierdan el norte, se desmotiven o dejen de esforzarse por conseguir resultados desaprovechando en gran medida el potencial que poseen.

A lo largo de este periodo, se lograron avanzar en grandes materias, en convenios, alianzas y posicionamiento. El seguimiento en dichas alianzas debe ser constante para garantizar la sostenibilidad de las mismas, puesto que es vital para Comexentro seguir contando con el apoyo de muchas entidades que garantizan y respaldan su nombre en un mercado laboral.

La asesoría a los empresarios debe ser muy constante, el apoyo de muchas entidades a las empresas tiende a ser superficial y cortoplacistas y recargan al empresario con términos, tareas e información pesada que ellos en su cotidianidad no manejan. El apoyo de Comexentro más que una asesoría debe transformarse en un acompañamiento donde se demuestre el compromiso que se tiene con lograr que los empresarios logren su objetivo y lleguen a la escala de internacionalización.

Referencias bibliográficas

Universidad Santo Tomás. (2016). *Información general*. Obtenido de Unidad de Proyección Social: <http://proyeccionsocial.usta.edu.co/index.php/quienes-somos/informacion-general>