

INFORME FINAL DE PRÁCTICA EMPRESARIAL



YUDY SOLANYI ARIAS URREGO

CAMILO ANDRÉS PINTO PÉREZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2015

INFORME FINAL DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

YUDY SOLANYI ARIAS URREGO

CAMILO ANDRÉS PINTO PÉREZ

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

Tutor

Esp. MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE

Esp. Administración de Negocios

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2015

Autoridades académicas

P. JUAN UBALDO LÓPEZ SALAMANCA, O.P.

Rector General

P. EDUARDO GONZÁLEZ GIL, O.P.

Vicerrector Académico General

P. JOSÉ ANTONIO BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P.FERNANDO CAJICÁ GAMBOA O.P.

Vicerrector académico Sede Villavicencio

Adm. JULIETH ANDREA SIERRA PABÓN

Secretaria de división Sede Villavicencio

Doc. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano Facultad de Negocios Internacionales

Nota de aceptación

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano de Facultad de Negocios Internacionales

MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE

Director Trabajo de Grado

CAROL DAYANA SOSA QUINTERO

Jurado

Villavicencio, Octubre de 2015

Dedicatoria

El lograr llegar a este punto donde se completa nuestro ciclo profesional, lo queremos dedicar a Dios, nuestras familia, docentes y compañeros de universidad por el apoyo y las enseñanzas brindadas a lo largo de este camino. A todas aquellas personas que han confiado la realización de este trabajo, complementario a lo que han sido cinco años de estudio y nos han ayudado, porque sin ellas, nada había sido posible, todas han sido un apoyo fundamental y una base fuerte para continuar.

Agradecimientos

Por todo lo realizado durante este tiempo de práctica profesional donde aplicamos los conocimientos adquiridos durante los 10 semestres del programa de Negocios Internacionales queremos agradecer, primero a Dios por guiarnos y darnos vida para tener la oportunidad de culminar nuestra carrera de forma exitosa, porque sin el nada de esto hubiera sido posible.

A toda nuestra familia en general que siempre estuvieron apoyándonos en cada etapa de la carrera y de nuestras vidas y en general quienes siempre han creído en nosotros y nos han dado la confianza para seguir adelante e ir construyendo lo que hasta hoy hemos logrado.

A nuestros compañeros, amigos y docentes de la universidad Santo Tomas quienes se convirtieron en nuestra segunda familia y que con cada nuevo aprendizaje aportaron inmensamente a nuestro crecimiento personal y profesional.

También queremos expresar nuestros agradecimientos a todo el equipo humano del consultorio Comexentro de Villavicencio, en particular a la profesora Jennifer nuestra primera tutora, colega y amiga por confiar en nosotros, a la profesora Martha Ximena Silva, sin cuya guía, paciencia y constante apoyo, no habría sido posible llevar a cabo esta prolongada tarea. De la misma manera agradecemos toda la colaboración, guía y soporte que nos brindó Tatiana Vargas secretaria de la facultad de negocios de facultad y al Decano Dr. Javier Trillos

Tabla de contenido

	Pág.
Glosario	14
Introducción	15
Justificación.....	16
Objetivos	17
Objetivo general	17
Objetivos específicos.....	17
Resumen.....	18
1. Manual de funciones como practicantes de Comexentro	20
2. Presentación de Comexentro	22
2.1. Reseña histórica.....	22
2.2. Misión.....	23
2.3. Visión	23
2.4. ¿Quiénes somos?	24
2.5. Historia	24
2.6. Portafolio de Servicios	24
2.7. Equipo de trabajo.....	25
2.8. Consultores	25
2.9. Organigrama	26
3. Actividades realizadas dentro de Comexentro.....	27
3.1. Informes de las actividades en Comexentro	27
3.1.1. Informe del periodo 09 de abril- 08 mayo del 2015.....	27
3.1.2. Día del evento	32
4. Informe del 15 de mayo al 30 de junio del 2015	37
4.1. Actividades después del lanzamiento de Comexentro	37
4.2. Asesoría a empresa Macao	39

4.3.	Actividades del 01 de julio al 30 de agosto.....	42
4.4.	Anexos de actividades.....	50
4.4.1.	Redes sociales Comexentro.....	50
4.4.2.	Seguidores relevantes.....	51
4.4.3.	Notificaciones	52
4.4.4.	Blog comexentro	54
4.4.5.	Piezas Made in Comexentro.....	55
5.	Aportes.....	57
5.1.	Aportes a la empresa	57
5.2.	Aportes a nuestra formación profesional.....	57
	Conclusiones	59
	Recomendaciones.....	60
	Referencias bibliograficas.....	61
	Anexos	62

Lista de Cuadros

Pág.

Cuadro 1. FUNCIONES DE PRÁCTICANTE DE COMEXENTRO	20
--	----

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Flyer de la Empresa	40
Figura 2. Clasificación Niza 41.....	42
Figura 3. Clasificación Niza 35.....	43
Figura 4 Muestra de Base de Datos Cámara Comercio Villavicencio	43
Figura 5. Tarjeta de Presentación de la Empresa	45
Figura 6. Diagnostico Organizacional Aplicado	46
Figura 7. Diagnóstico de Desempeño	47
Figura 8. Imagen Informe Métrico.....	50
Figura 9. Pantallazos de Seguidores en Twitter	51
Figura 10. Notificaciones	53
Figura 11. Blog comexentro.....	54
Figura 12. Comexentro - Video Oficial	55
Figura 13. Mensaje publicitario de Comexentro	55

Lista de Graficas

Pág.

Grafica 1. Organigrama Comexentro	26
Grafica 2. Resultados Obtenidos – Aspectos Organizacionales de la Empresa.....	41
Grafica 3. Resultados Obtenidos – Desempeño de la Empresa	41
Grafica 4. Resultados Obtenidos	46
Grafica 5. Diagnóstico de Desempeño.....	47

Lista de Fotografías

	Pág.
Fotografía 1. Reunión Comexentro.....	28
Fotografía 2. Reunión Semanal.....	29
Fotografía 3. Decano Javier Humberto Trillos Celis	30
Fotografía 4. Alejandro Quiñones.....	30
Fotografía 5. Profesor Julián Méndez	31
Fotografía 6. Ingeniero Jorge Ojeda.....	31
Fotografía 7. Estudiantes de Negocios.....	31
Fotografía 8. Estudiantes y Docente	33
Fotografía 9. Docentes Facultad	33
Fotografía 10. Practicante Yudy Áreas	34
Fotografía 11. Practicante Camilo A. Pinto	34
Fotografía 12. Docentes Y Administrativos	34
Fotografía 13. Estudiantes	35
Fotografía 14. Ponente Dr. Cristhian Salamanca	35
Fotografía 15. Ponente Dr. Alberto Vargas	35
Fotografía 16. Meda Principal.....	36
Fotografía 17. Asistentes en el Evento.....	36
Fotografía 18. Practicantes Sede Loma Linda	39
Fotografía 19. Reunión Cooperación Meta – Comexentro	44
Fotografía 20. Conferencia Min Tic – Procolombia	48
Fotografía 21. Seminario Marcas y Patentes – SIC	49
Fotografía 22. Seminario Alianza Estratégica MinTic y Procolombia	49

Lista de Anexos

	Pág.
Anexo 1. Diagnostico Empresarial.	62
Anexo 2. Contact Report.....	72
Anexo 3. Metodología.....	74
Anexo 4. Autorización empresario	76

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.

Introducción

Por medio de este informe queremos mostrar lo que se realizó durante nuestro periodo de práctica empresarial como pasantes en Comexentro, el consultorio de Negocios de la Universidad Santo Tomás sede Villavicencio, el cuál poco a poco ha ido fortaleciéndose con el objetivo de llegar a ser el más grande aliado en la región de la Orinoquia para el tejido empresarial.

Comexentro ha desarrollado estrategias para posicionarse en el sector empresarial, brindando asesorías a los establecimientos comerciales que lo necesiten con el fin de fortalecer su estructura organizacional, sus procesos o formas de desarrollo de sus ideas de negocios, con el objetivo de posicionarlas en el mercado de una forma más competitiva.

Además Comexentro como el consultorio que es busca llegar a ser el aliado estratégico de los empresarios, basándose en el grupo de profesionales capacitados para hacer de este, el mejor lugar donde quien cuente con empresa y necesite un acompañamiento encuentre en Comexentro la mejor opción para fortalecer y mejorar toda su organización.

Justificación

Debido al crecimiento empresarial que se ha presentado en el departamento del Meta y en toda la región de la Orinoquia, se ve la necesidad de contar con un apoyo profesional donde este tejido empresarial pueda llegar a fortalecer sus procesos internos desde los que puedan parecer más simples, pero que van a ser la base fuerte de su organización para volverse más competitivos en el sector en el que se desenvuelven.

Vemos con asombro como a pesar que el número de empresas en la región ha crecido considerablemente, debido al registro que tenemos ante Cámara de Comercio para el año 2014 que sobrepasaron las 55000 mil, aún existen muchas de ellas que no tienen la capacidad instalada para pensar en ser un poco más globales, en ir más allá de donde se encuentran hasta el momento, lo cual puede ser por la falta de interés de los mismos empresarios o los temores que ellos tienen al fracaso, ya que no cuentan con una capacidad de producción o instalada para ser mucho más competitivos a lo que son actualmente en el sector en el cual compiten.

Es por este motivo que la facultad de Negocios Internacionales de la universidad Santo Tomás, decide aportar ese toque profesional con el apoyo de docentes y estudiantes de últimos semestres para dar el acompañamiento a los empresarios que tengan la necesidad de esto.

Objetivos

Objetivo general

Evidenciar la necesidad del tejido empresarial en el departamento del Meta y la Orinoquia, de contar con el apoyo de un equipo de profesionales de diversas áreas, reunidos en un solo espacio para acompañar en el mejoramiento y fortalecimiento de sus funciones como empresas, de forma concisa y rápida con el fin de aprovechar mejor sus recursos, implementar nuevas estrategias que tal vez no se hayan estudiado y que pueden aportar significativamente en sus procesos.

Objetivos específicos

- Entender la importancia del tejido empresarial en el Departamento del Meta y el gran aporte a la economía de la región.
- Determinar el número de empresas registradas como Establecimientos de Comercio ante Cámara de Comercio de Villavicencio.
- Implementar estrategias desde Comexentro para el mejoramiento de las actividades empresariales.
- Definir espacios de aprendizaje y capacitación a los empresarios interesados en las funciones de Comexentro.
- Desarrollar estrategias para posiciona Comexentro como el aliado del tejido empresarial del Meta y la Orinoquia.

Resumen

El día 9 de abril del presente año, se inició el proceso como practicantes de Comexentro con el acompañamiento de la Docente Jennifer Vega, quien fue la encargada de este proyecto en su fase inicial. Se designaron labores para cada practicante y este inicio estuvo enfocado en la logística y completo desarrollo de todo lo necesario para el lanzamiento del consultorio dentro del marco de la Semana Internacional realizada por la Universidad Santo Tomas.

El evento fue realizado el día 7 de mayo en el Hotel Estelar, lugar donde se reunieron estudiantes, docentes, directivos y administrativos de la universidad, así como invitados externos e importantes ponentes y empresarios que contaron sus experiencias de éxito dentro del sector en el que se desarrollan.

Después del éxito del lanzamiento, se iniciaron labores propias del consultorio Comexentro como fueron la divulgación de sus actividades, funciones y propósitos en diferentes entidades como Procolombia y Fenalco Meta, así como la búsqueda de empresarios interesados en un acompañamiento profesional para labores de su empresa.

Semanalmente se realizaron reuniones con la profesora Jennifer donde se daban a conocer los resultados de las actividades previamente programadas, se analizaba el proceso y progreso que Comexentro iba teniendo, y así mismo se planteaban nuevas estrategias y actividades para seguir creciendo como consultorio.

De la mano del proceso de lanzamiento y demás actividades, se hizo presencia cada miércoles en la sede Loma Linda, donde estaba inicialmente dispuesto el espacio para el consultorio, donde finalmente después de varias gestiones logísticas, se recibió la primera empresa dispuesta a recibir el acompañamiento de Comexentro, una empresa de lujos y

accesorios para autos, MAICAO, tiempo después llegaron solicitudes de la asociación frutícola de Puerto Rico Meta (Asofrico), la empresa Functional Training Program, Cindetec, empresa que se encarga de desarrollar diferentes tipos de programas software y adicional a esto se recibieron algunos planteamientos de actividades a realizar con Procolombia.

En el mes de julio, Comexentro pasó a la dirección de la profesora Martha Ximena Silva, debido a diferentes actividades que la profesora Jennifer entró a apoyar.

Comexentro estuvo en actividades y seminarios realizados por la Cámara de Comercio de Villavicencio, donde se contó con participaciones de entidades como la Super Intendencia de Industria y Comercio (SIC), y Procolombia. Adicional a esto, se tuvieron en cuenta seminarios vía streaming realizados en alianza con la Cámara de Comercio de Bogotá.

Toda la labor como practicantes nos permitió desarrollar y aplicar diferentes estrategias para llevar a Comexentro a un nivel de aceptación por empresarios y entidades que es un buen inicio de esta idea de Consultorio que comenzó por la necesidad de tener un apoyo profesional para los empresarios que de alguna u otra forma quieren tener esa vinculación desde la academia, contando con el desarrollo de las investigaciones que la universidad ha realizado y que ha arrojado un mejor desempeño de diversas empresas, que han sido ejemplo para seguir apostándole de forma fuerte e importante a la región del Meta y la Orinoquía.

A nivel general, en esta primera etapa de Comexentro se han hecho importantes relaciones que ayudan en la consolidación y reconocimiento del consultorio para que durante el segundo semestre del presente año se termine dar el posicionamiento de la marca en la mente de los empresarios de la región de la Orinoquía.

Palabras claves: Comexentro, Emprendimiento, Empresa, Exportación, Investigación, Internacionalización, Logística.

1. Manual de funciones como practicantes de Comexentro

Cuadro 1. FUNCIONES DE PRÁCTICANTE DE COMEXENTRO

 UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA VILLAVICENCIO			
FUNCIONES DE PRÁCTICANTE DE COMEXENTRO			
IDENTIFICACIÓN			
FECHA DE CREACIÓN		DEPENDEN DE	PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
NOMBRE DEL AREA	COMEXENTRO	NOMBRE DEL CARGO	PRÁCTICANTE COMEXENTRO
OBJETIVO DEL AREA			
Fomentar y propiciar la cultura de la internacionalización de las principales empresas, entidades e Instituciones de la región, a través de la asesoría y acompañamiento a los emprendedores y empresarios con el fin de garantizar el desarrollo y crecimiento industrial del Meta.			
PERFIL DEL CARGO			
FUNCIONES DEL RESPONSABLE DEL CARGO			

1. Realizar estrategias de promoción y sensibilización para el posicionamiento de Comexentro.
2. Realizar acompañamiento y seguimiento a las empresas e Instituciones que requieran de asesorías y consultorías en los campos de: mercadeo internacional, logística y distribución física internacional, relaciones internacionales, así como en el campo administrativo organizacional y jurídico.
3. Organizar capacitaciones, seminarios taller y demás actividades que promuevan el desarrollo empresarial e industrial de las empresas de la región con miras a la internacionalización.
4. Aplicar los instrumentos y herramientas de diagnósticos necesarios para la asesoría y acompañamiento empresarial e institucional.
5. Realizar el respectivo análisis de los diagnósticos realizados a las empresas e instituciones.
6. Asistir a capacitaciones, seminarios y talleres de los cuales se reciba invitación por parte de las entidades locales y nacionales.
7. Administrar las redes sociales de COMEXENTRO.
8. Realizar los informes de las actividades realizadas.
9. Mantener actualizada la estructura orgánica de la Oficina, aplicar los Manuales de Funciones, de Procesos y Procedimientos, evaluarlos y hacerles seguimiento.
10. Velar por la organización y custodia del archivo de gestión de la oficina de COMEXENTRO.
11. Otras que le confíen las autoridades competentes, de acuerdo a la naturaleza del cargo.

FECHA DE ELABORACIÓN:

FIRMA Y SELLO DE QUIEN ELABORO

FIRMA Y SELLO DE QUIEN APROBÓ:

Fuente: Elaboración propia con Información de la Facultad de Negocios Internacionales – USTA

2. Presentación de Comexentro

2.1. Reseña histórica

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.

De igual manera, articular los distintos actores de territorio a los procesos de internacionalización, así como las funciones sustantivas entre sí.

Comexentro se fortalecerá con la participación de docentes y estudiantes de semilleros de investigación bajo la metodología de proyectos o por áreas de conocimiento.

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.

De igual manera se ha hecho presencia en reuniones en torno a la internacionalización a nivel departamental con representantes del gobierno actual, como único ente proveniente de una Universidad.

COMEXENTRO Villavicencio cuenta hoy con todo un sistema de identidad que ha estado promocionado a nivel institucional y departamental, tanto en eventos de carácter nacional como la asistencia a la Macro Rueda #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.

COMEXENTRO Villavicencio, es un consultorio creado por la Facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás de dicha sede, fundamentada en la prestación de servicios de asesoría especializada en Negocios Internacionales, con el objeto de participar activamente en el fomento de la actividad exportadora de la región de la Orinoquia.

Trabajamos en el perfeccionamiento de la formación profesional, técnica y política del estudiante, quien actúa como medio para facilitar el acceso a los negocios, a través de una asesoría gratuita a todas las compañías de escasos recursos, generando progreso dentro de un marco social para la región; la solución a los problemas como modelo de capacidad, calidad 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 Orinoquia Colombiana, que busca la cooperación, apoyo y acompañamiento a través de consultorías y asesorías en los campos de la gestión de proyectos, logística y distribución física internacional, marketing y cooperación internacional, 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. ¿Quiénes somos?

COMEXENTRO es un consultorio empresarial, adscrito a la Facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás 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 y cultural.

2.5. Historia

COMEXENTRO nace como una estrategia que fortalece el tejido empresarial de la ciudad de Bucaramanga, con el fin de brindar asesoría y consultoría a los empresarios interesados en internacionalizar sus productos y servicios. Este centro se encargó de articular los distintos entes económicos de la región, a los procesos de internacionalización, logrando posicionarse en los Santanderes y extendiendo su experiencia y solidez a los Llanos Orientales.

En el cumplimiento de las funciones sustantivas de la USTA Colombia, el programa de Negocios Internacionales en Villavicencio, en el año de 2014, bajo el liderazgo del decano Dr. Javier Humberto Trillos Celis, y su equipo de trabajo, deciden vincular como una estrategia de proyección social, el centro de Negocios COMEXENTRO. Ha gestionado alianzas estratégicas con entidades como Procolombia, Propaís, Cámara de Comercio Villavicencio, Fenalco y la Gobernación del Meta.

2.6. 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.

2.7. Equipo de trabajo

Coordinadora: Martha Ximena Silva

Docentes asesores al Programa de Negocios Internacionales.

2.8. Consultores

Yudy Arias Urrego

Camilo Pinto Pérez

Sara María Palacios Silva

Contacto: Universidad Santo Tomas / Sede Aguas Claras

Villavicencio Meta.

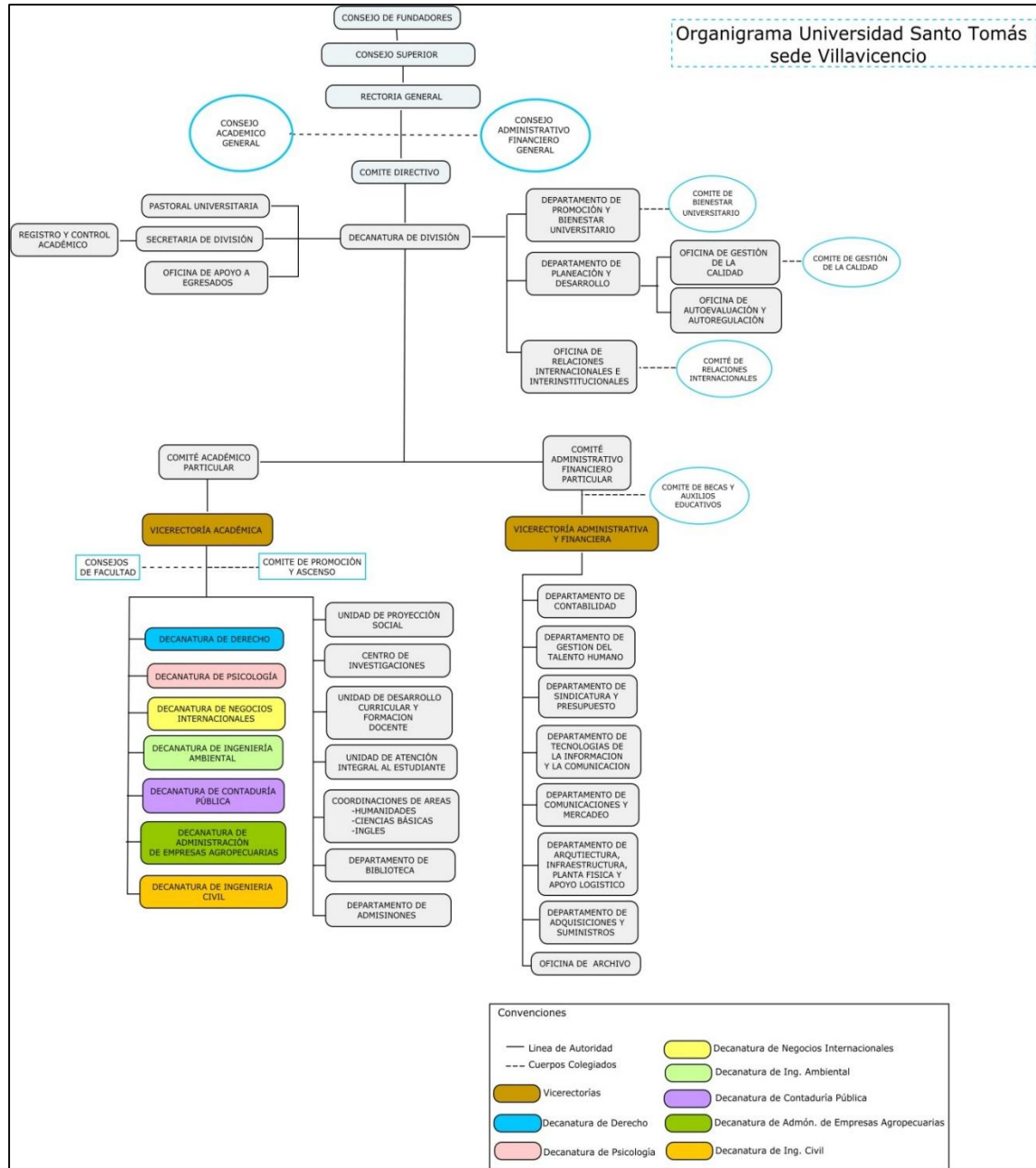
Facebook: /ComEXentro

Twitter: @comexentro

Instagram: @comexentro

2.9. Organigrama

Grafica 1. Organigrama Comexentro



Fuente. Facultad Negocios Internacionales – USTA

3. Actividades realizadas dentro de Comexentro

Como practicantes del consultorio de Negocios Internacionales “Comexentro”, desarrollamos labores logísticas y de acompañamiento empresarial a las empresas que buscaron asesoría.

Desde el inicio se hizo todo un plan de trabajo que estuvo siempre enfocado al mejoramiento y fortalecimiento como consultorio debido al tiempo de gestión que tenía Comexentro, lo cual se ha realizado satisfactoriamente, así como la gestión diaria de la circulación de noticas y eventos en las redes sociales propias de Comexentro.

3.1. Informes de las actividades en Comexentro

3.1.1. Informe del periodo 09 de abril- 08 mayo del 2015

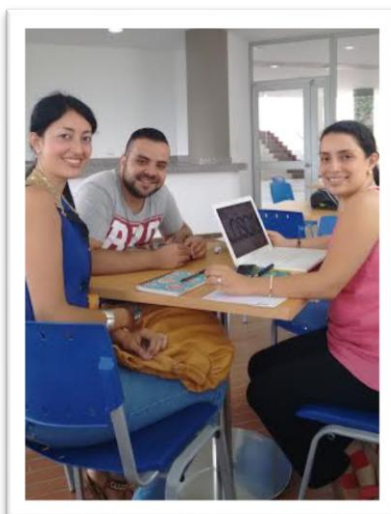
El día 9 de abril, Iniciamos como practicantes la planeación del evento de lanzamiento de Comexentro, programado para el día 7 de mayo, recibiendo la asignación de tareas por parte de la profesora Jennifer, quien nos dio los contactos de quienes necesitábamos empezar a buscar y hacer la respectiva invitación al evento, planeando como invitados especiales al Embajador de la India en Colombia, el contacto de la embajada China, el Gerente de Interrapidísimo el señor Norman Enrique Chaparro y el director de la ANDI el Dr. David Barreto Arenas, gerente Llanos Orientales.

Ellos contados inicialmente como los ponentes principales, y a quienes se empezó a contactar desde ese mismo día, pero también se tuvo en cuenta la búsqueda de los invitados internos y externos de la Universidad, todos los padres, rectores, decanos y directores de unidades, rectores de las universidades de Villavicencio, Alcalde, Gobernador, entidades como FENALCO, Instituto de Turismo de Villavicencio, el

secretario de agricultura, y empresarios de la región como el ya nombrado gerente de Interrapidísimo, comestibles el Gavan, Naturela, y el instituto de inglés Yeah Community college.

Como parte logística y de publicidad, se asignó la labor de crear las respectivas redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, para el evento, y dar a conocer poco a poco el nombre Comexentro y su imagen, como también reunir la información e imágenes necesarias para desarrollar el video a proyectar el día del evento, lo cual fue llevado a cabo con el apoyo de Leidy Natalia, encargada del departamento de comunicaciones de la universidad, quien nos facilitó el material necesario.

Fotografía 1. Reunión **Comexentro**



Fuente: El autor.

Una vez delegadas las funciones y asignados los invitados a cada uno para contactarlos, se enviaron los correos respectivos para invitarlos al evento contándoles acerca de que se trataba, la fecha, el lugar y la hora.

Hechas las cartas, nos destinamos a entregarlas empezando con los funcionarios de la universidad para tener los respectivos recibidos, luego se enviaron vía email desde el correo del Dr. Trillos, las invitaciones externas dirigidas a padres, administrativos,

decanos de las diferentes sedes y al director de Comexentro de la universidad Santo Tomás de Bucaramanga.

Una vez terminada la entrega de invitaciones académicas, se siguió con la entrega de la invitación al coctel, y se acordó en una nueva reunión contactar al Dr. Alberto Vargas, docente de la universidad Jorge Tadeo Lozano y a la Dra. Ana Guglielmucci, quien finalmente no pudo asistir al evento.

Fotografía 2. Reunión Semanal



Fuente: El autor.

Terminadas todas las invitaciones y con la asistencia confirmada por parte de quienes finalmente podían asistir, se terminó el video se presentó al Dr. Trillos decano de la facultad, se recibió la publicidad entre ellos, los habladores, flyers y la estructura de Comexentro, con el respectivo nombre y el lema “*mi aliado es Comexentro*”.

El paso a seguir fue abordar a estudiantes, docentes y demás funcionarios de la universidad para contarles acerca del evento y tomarles una foto con los habladores dándoles a conocer un poco más acerca de las actividades y funciones del consultorio.

El día anterior al evento el quipo Comexentro hizo presencia en el lugar destinado al Lanzamiento para ultimar los detalles.

Fotografía 3. Decano Javier Humberto Trillos Celis



Fuente: El autor.

Fotografía 4. Alejandro Quiñones



Fuente: El autor.

Fotografía 5. Profesor Julián Méndez



Fuente: El autor.

Fotografía 6. Ingeniero Jorge Ojeda



Fuente: El autor.

Fotografía 7. Estudiantes de Negocios



Fuente: El autor.

3.1.2. Día del evento

Llegamos al Centro de Convenciones del Hotel Estelar al medio día, siempre estando en contacto con nuestros invitados que venían de la ciudad de Bogotá, y recibimos la estructura publicitaria con el nombre de Comexentro, se instaló, recibimos el arreglo floral, y nos dispusimos a ultimar detalles de organización para recibir a los asistentes, tanto ponentes como el público.

Durante el evento se tomaron fotos a los estudiantes e invitados especiales con los habladores, para esto también se contó con el apoyo del departamento de audiovisuales de la universidad.

El evento se inició con las palabras del Decano de la facultad de Negocios Internacionales, el Dr. Javier Trillos, quien dio paso al acto protocolario y como maestro de ceremonias se contó con la presencia del profesor Alejandro Quiñonez.

El primer invitado en hablar de su experiencia como empresario desde que inició su idea de negocio fue el Dr. Norman Chaparro, gerente de Interrapidísimo, quien expuso acerca del modelo de esta empresa y como poco a poco se fue expandiendo hasta tener el éxito con el que cuenta hoy en día.

Seguido a él, se contó con la participación del Dr. Cristhian Salamanca, funcionario de la ONG Amigos de India, quien habló acerca de India como experiencia no solo comercial, sino cultural y todo lo relacionado con este país que lo hace ser una gran alternativa de vida, intercambio y comercio, debido a la gran variedad de escenarios que pueden enmarcarse en este como país.

Como complemento a esta presentación, siguió el Dr. Andrés Ortiz, funcionario de la embajada de India en Colombia, quien presentó a India un poco más en términos geográficos y características generales incluyendo las numéricas.

Por último se contó con la presentación del Dr. Alberto Vargas quien habló acerca de la ciudad contemporánea en la internacionalización, exponiendo con argumentos, como las ciudades han ido evolucionando conforme el comercio, la cultura y la forma de vivir de las personas ha avanzado.

Llegada las 5 de la tarde se concluyó el evento y nos dispusimos a coordinar el protocolo para recibir a los invitados especiales del coctel contando con el apoyo de estudiantes de tercer semestre.

Fotografía 8. Estudiantes y Docente



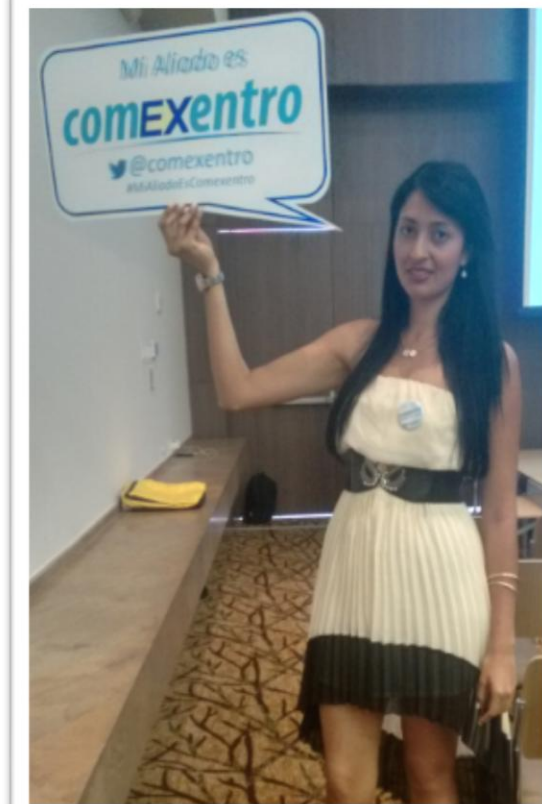
Fuente: El autor.

Fotografía 9. Docentes Facultad



Fuente: El autor.

Fotografía 10. Practicante Yudy Áreas



Fuente: El autor.

Fotografía 11. Practicante Camilo A. Pinto



Fuente: El autor.

Fotografía 12. Docentes Y Administrativos



Fuente: El autor.

Fotografía 13. Estudiantes



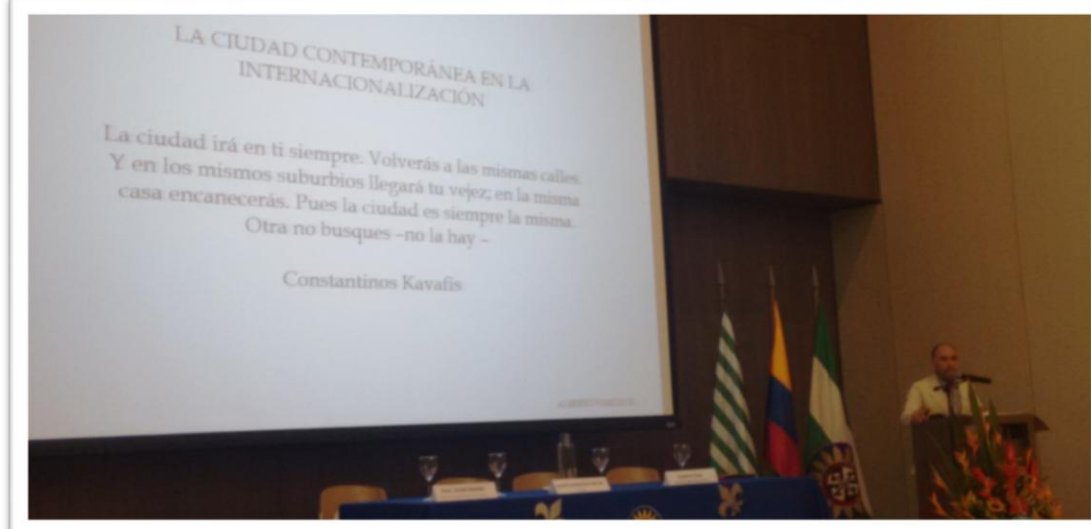
Fuente: El autor.

Fotografía 14. Ponente Dr. Cristhian Salamanca



Fuente: El autor.

Fotografía 15. Ponente Dr. Alberto Vargas



Fuente: El autor.

Fotografía 16. Meda Principal



Fuente: El autor.

Fotografía 17. Asistentes en el Evento



Fuente: el autor

4. Informe del 15 de mayo al 30 de junio del 2015

4.1. Actividades después del lanzamiento de Comexentro

El consultorio empezó a funcionar los días miércoles de 8 a 12 del mediodía en la sede Loma Linda de la universidad Santo Tomás, donde se esperaba empezar a atender a los empresarios y personas interesadas en el servicio que Comexentro ofrece.

La primera empresa en contactar a Comexentro fue Maicao, la cual está dedicada a la comercialización de lujos y todos los artículos o accesorios necesarios para carros, ubicada en el barrio porvenir. Se hizo el contacto oficial, y se citaron a una primera reunión donde se les explicó el modelo bajo el cual el consultorio realiza sus labores.

Con esta empresa se desarrolló el formato de diagnóstico y se diligenció el respectivo contact report para dejar constancia de la reunión llevada a cabo; se programó una segunda reunión con el fin de darles a conocer las respuestas al diagnóstico elaborado, este análisis realizado por todo el equipo Comexentro arroja ciertas tareas que el empresario debe cumplir para ir avanzando en cada asesoría y ver mejoras en su ejercicio empresarial.

A esta segunda reunión asistieron y en ella se dejó se forma explicada lo que se había encontrado que puede estar fallando dentro de la empresa, y se asignaron labores a desarrollar por ellos, las cuales deberían entregar en una próxima reunión. Para esa siguiente reunión ya no se contó con la presencia de ningún representante de la empresa, se enviaron correos electrónicos tratando de obtener una respuesta acerca de su ausencia, pero no la hubo, finalmente alguien relacionado con ellos, se acercó a los practicantes contando que el motivo de su inasistencia es una remodelación del local donde está ubicada la empresa, por lo cual no han contado con tiempo suficiente para acercarse de nuevo a Comexentro.

Actualmente Comexentro se encuentra en busca de nuevos convenios y relaciones, con entidades como Procolombia, Fenalco y el departamento de Cooperación Internacional de la Gobernación del Meta. Ya se hizo el contacto con los encargados de cada lugar y se está a la espera de confirmar citas para dar a conocer el objetivo del consultorio, se les envió la información solicitada por parte de ellos con el objetivo de informarles un poco acerca de las funciones del consultorio y lo que se quiere lograr en unión con ellos.

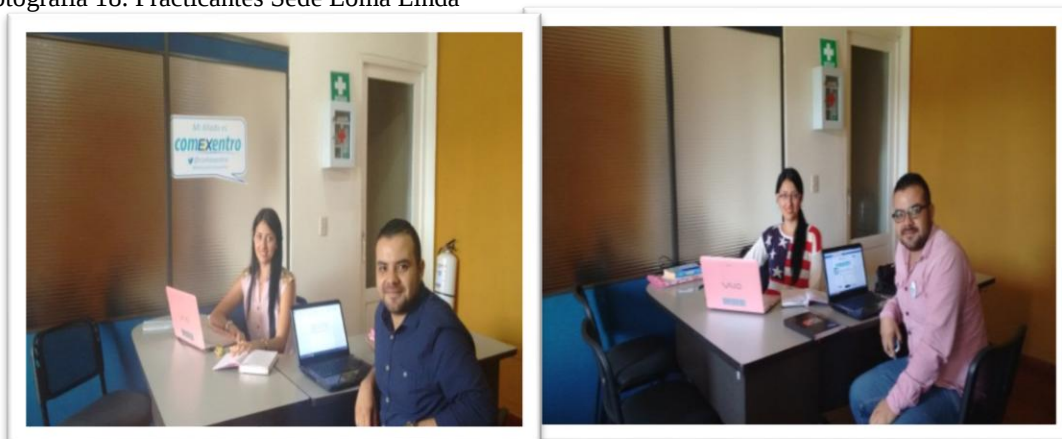
Sumado a esto, Comexentro quiere crear un banco de datos, en donde se registre información de investigaciones realizadas y analizar aportes q se puedan hacer, para ello se pidió de forma muy cordial información de dichas investigaciones, a los encargado de Holos y Global Red, quienes son las dependencias de la universidad que han adelantado importantes investigaciones.

Luego se hizo contacto con nuevas empresa, llamadas Fuctional Training Program, Cindetec y La asociación frutícola de Puerto Rico Meta “Asofrico”, todas ellas las cuales están en proceso para asignar respectivas citas y seguimientos.

Pensando en consolidar Comexentro como una marca fuerte y de recordación para quienes empiecen a buscar sus servicios, se está desarrollando la idea y respectivo proceso para registrar el nombre ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), y para esto, se adelantó la búsqueda de este nombre en la página web de la SIC para empezar a analizar si es posible empezar a desarrollar este objetivo, y por ahora el nombre está disponible, para materializar un poco más esta idea, se pasó una carta al Dr. Javier Trillos, para informarle y tener algo de presupuesto disponible, cuando se decida seguir el proceso hasta llevarlo a cabo satisfactoriamente por completo. Además se quiere empezar a dar a conocer un poco más de Comexentro a la parte interna de la universidad y es por esto que se está planeando presentar una reseña en la revista Episteme de la universidad acerca del evento realizado el día 7 de mayo en el hotel Estelar, para lograrlo se enviaron los respectivos correos a los ponentes en este evento para obtener memorias de ello como base de la reseña.

Actualmente se mantiene en bastante movimiento las redes sociales tales como cuentas en Twitter, Facebook y ahora un Blog en el cual se piensa subir información de interés e importante contenido que sea de utilidad a quienes estén interesados en temas tratados por Comexentro. Además en caso de haber empresarios interesados en una asesoría ya no se asiste únicamente los miércoles a la sede Loma Linda de la universidad, ahora nos encontramos los demás días de la semana, ubicados en la sede aguas claras, por ahora desarrollando labores que surgen día a día.

Fotografía 18. Practicantes Sede Loma Linda



Fuente: El autor.

4.2. Asesoría a empresa Macao

Para satisfacción y orgullo nuestro el 15 mayo llega a nuestra instalaciones la empresa de lujos y partes para carro MAICAO a la cual se realizaron tres asesorías, primero se les practico diagnóstico empresarial, se investigó más a fondo las funciones y actividades que esta realizaba, sus orígenes y el interés que ellos tenían en Comexentro.

Entre las funciones que desarrolla MAICAO esta la importación, distribución y comercialización de partes, accesorios, lujos para carro, además de prestar servicio a sus clientes, con el embellecimiento para sus autos, Maicao se encuentra ubicado en el centro

de la ciudad Villavicencio es uno de los almacenes más tradicionales para compra y venta en repuestos.

Su intención cuando llegaron a Comexentro era fortalecer la parte interna de su empresa mejorar la parte organizacional y de desempeño, se les brindo el servicio de asesoría, dejábamos tareas para cumplir cada 15 días para ambas partes , pero lastimosamente para Comexentro esto no tuvo resultado. Al mes después de haber recibido su última visita en el consultorio los empresarios de Maicao conformados por Teo moreno y carolina moreno no cumplieron con las citas y tiempo pactado los días miércoles de 11 a 12 pm. Sin embargo por parte de Comexentro se envió un correo con el objetivo de retomar las asesorías y la respuesta fue que la empresa Maicao estaba ampliando su infraestructura y por temas de tiempo y lejanía no podían seguir cumpliendo con las citas programadas. No volvimos a tener contacto con ellos.

Figura 1. Flyer de la Empresa



Fuente: Teo Moreno, Creador de la Empresa

Grafica 2. Resultados Obtenidos – Aspectos Organizacionales de la Empresa

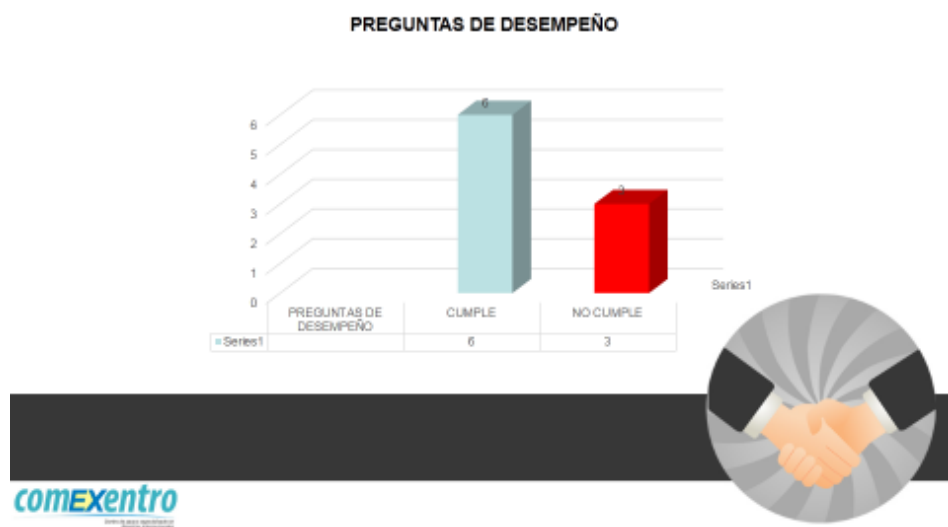
Aspectos Organizacionales de la Empresa



Fuente: El autor.

Grafica 3. Resultados Obtenidos – Desempeño de la Empresa

Desempeño de la Empresa



Fuente: El autor.

4.3. Actividades del 01 de julio al 30 de agosto

Las actividades que empezaron con la segunda mitad de año, han estado enfocadas a un fortalecimiento mayor de los convenios buscados por la universidad con entidades gubernamentales, a una mayor asistencia a seminarios y talleres a los cuales el equipo Comexentro ha sido invitado como iniciativa a implementar este tipo de actividades con los empresarios interesados en asesorías, aumentando el conocimiento del equipo profesional por medio de esto.

Sumado a esto, Comexentro quiere ser próximamente una marca registrada y reconocida, por lo cual se iniciaron labores de investigación para el proceso de registro de marca ante la Super Intendencia de Industria y Comercio (SIC). Dentro de esta iniciativa se han hecho consultas de la disponibilidad del nombre Comexentro lo cual dio un resultado satisfactorio y posibles costos del registro de marca.

Las imágenes a continuación son la muestra de cómo hasta el día de la consulta en el mes de julio, se encuentra disponible el nombre para la Marca, buscando por dos posibles categorías de la clasificación Niza, solicitado por la SIC.

Figura 2. Clasificación Niza 41

The screenshot shows the 'Signos distintivos' (Distinctive Signs) search interface on the SIC.gov.co website. The header includes the logos for 'Industria y Comercio SUPERINTENDENCIA', 'MINCOMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO', and 'TODOS POR UN NUEVO PAÍS'. The search criteria are as follows:

- Expediente:** Año (dropdown), Número (text input), Control (text input).
- Certificado:** Número (text input), Control (text input).
- Denominación:** Contiene el texto (dropdown), Comexentro (text input).
- Clasificación de Niza:** 41 EDUCACION Y ESPARCIMIENTO (dropdown).
- Titular:** Igual que (dropdown), (text input).

Buttons for 'Enviar consulta' (Send query) and 'Restaurar' (Restore) are visible. Below the search criteria, the message 'No se encontraron registros' (No records found) is displayed.

Fuente: www.sic.gov.co

Figura 3. Clasificación Niza 35

Industria y Comercio
SUPERINTENDENCIA

MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO

TODOS POR UN
NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

Signos distintivos » Criterios de consulta

Expediente Año Número Control

Certificado Número Control

Denominación Contiene el texto Comexentro

Clasificación de Niza 35 PUBLICIDAD Y NEGOCIO

Titular Igual que

Enviar consulta Restaurar

No se encontraron registros

Fuente: www.sic.gov.co

Gracias a la colaboración de docentes comprometidos con la gestión de relacionar Comexentro en todo momento en sus actividades, se logra tener acceso a la base de datos de las empresas legalmente registradas ante Cámara de Comercio de Villavicencio lo cual es un logro muy importante, porque una vez esto, se puede empezar a llegar más directamente al tejido empresarial Metense. De esta base, se hace una depuración donde solo se dejen los establecimientos de comercio registrados como tal.

Figura 4 Muestra de Base de Datos Cámara Comercio Villavicencio

ORGANIZACION	RAZON SOCIAL	NIT	FEC-MA	FEC-REN	ULT-AN	DIRCOM	BARRIO
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	ALMACENES MIL		19720205	20140327	2014	CL 39 N CEI 36 - GRAMA	
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	CLINICA META		19720328	20140331	2014	CALLE 33 N 15 - BARZAI	
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	ALMACEN MUNDIAL		19720403	20140331	2014	CARRERA 6 12002 - FUJ	
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	FONDO GANADERO DEL META		19720410	20140328	2014	AV 7 SUR 0697 - KIRPA	
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	INDUSTRIA DE MADERAS DEL LLA		19720412	20140227	2014	CRA 37A N 219 - LOMC	
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	TALABARTERIA VILLAVICENCIO		19720420	20140409	2014	CRA. 33 N. 318 - CENTR	
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	SERVILLANTAS VILLAVICENCIO		19720505	20140415	2014	AV 40 CRA 3210 - EMBU	
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	LA CASA DEL KUMIS		19720515	20140328	2014	CALLE 37 N 18 - CENTR	
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	ROJAS HERMANOS VILLAVICENCIO		19720523	20140328	2014	CLLE. 26C N 109 - SIETE	
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	ALMACENES DURAN DEL META		19720524	20140326	2014	AVENIDA 40 109 - SIETE	
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	ESTACION DE SERVICIO LA PAZ		19720525	20140402	2014	CLL 37 B NF 18 - CENTR	
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	TALLER CURTIS		19720529	20140328	2014	CLL 22 SUR 609 - PLAYA	

Fuente: Cámara Comercio Villavicencio

Fotografía 19. Reunión Cooperación Meta – Comexentro



Fuente: El Autor

Para este periodo de tiempo, también se realizó la asistencia a Gobernación del Meta en busca de la Dra. Alexandra González, quien es la nueva encargada del departamento de Cooperación Internacional, con quien se planeó una cita en las instalaciones de la universidad entre ella, sus pasantes, la directora de Comexentro y los respectivos pasantes, con el fin de tener un primer acercamiento formal entre ambas partes y hablar acerca de lo que se planea lograr con un apoyo mutuo, y es darle a los empresarios del Meta, la seguridad de tener profesionales dispuestos a acompañarlas en los procesos que sus empresas necesiten

Con la realización de esta reunión se espera una importante interacción entre ambas partes de ahora en adelante, con los únicos objetivos de apoyar, mejorar y crecer mutuamente con el compromiso de seguir alentando el tejido empresarial.

Para cerrar este ciclo con grandes logros, se hace el contacto con la empresa Fuctional Training Program y se realiza la primera asesoría vía telefónica donde se desarrolla el formato de diagnóstico de la empresa, se investiga más a fondo las funciones y actividades que esta realiza, sus orígenes y el interés que ellos tienen en Comexentro, o mejor aún, lo que ellos esperan del consultorio.

Básicamente las funciones que desarrolla esta empresa, es realizar un acompañamiento personalizado a sus clientes, quienes los buscan con el interés de incorporar una rutina de deporte en sus vidas por diferentes razones. Los entrenadores disponen su tiempo de acuerdo al del cliente, llegan hasta el lugar que para este sea más fácil y práctico realizar su rutina.

Por su nuevo e ingenioso método de trabajo, han pensado en desarrollarlo en Canadá donde cuentan con un personal al que pueden no solo entrenar, sino permitir que usen su marca con la confianza y seguridad que seguirán el mismo esquema de trabajo que ellos realizan en Colombia.

Luego de este contacto se les envía lo que es el resultado de este primer diagnóstico, esperando un segundo contacto con ellos.

Figura 5. Tarjeta de Presentación de la Empresa



Fuente: Juan Pablo Pérez, Creador de la Empresa

Figura 6. Diagnostico Organizacional Aplicado

DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL APLICADO			
No.	PREGUNTAS ORGANIZACIONALES	SI	NO
1.	¿Su empresa cuenta con Misión?	☒	☐
2.	¿Su empresa cuenta con Visión?	☒	☐
3.	¿Su empresa cuenta con marca?	☐	☒
4.	¿Su empresa está dividida en áreas?	☐	☒
5.	¿Su empresa cuenta con análisis DOFA?	☐	☒
6.	¿Su empresa cuenta con organigrama?	☐	☒

Fuente: El Autor

Grafica 4. Resultados Obtenidos



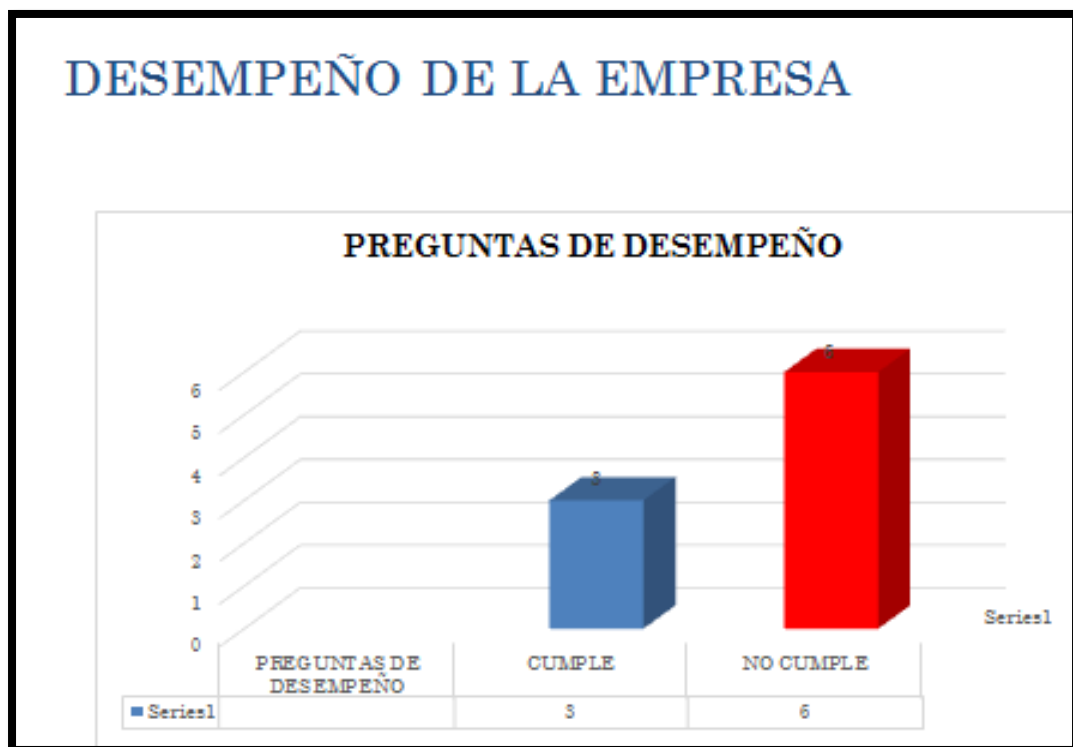
Fuente: El Autor

Figura 7. Diagnóstico de Desempeño

DIAGNOSTICO DE DESEMPEÑO APLICADO			
		SI	NO
*	PREGUNTAS DE DESEMPEÑO		
7.	¿Dispone de un plan de marketing realizable?		✓
8.	¿Existe un responsable del marketing con responsabilidad y autoridad dentro de la empresa?		✓
9.	¿Los puestos de trabajo están bien definidos y se les atribuye objetivos y responsabilidades para desarrollarlos?	✓	
10.	¿El clima general del trabajo dentro de la empresa es favorable?	✓	
11.	¿Existe un manual de organización dentro de la empresa?		✓
12.	¿La tasa de rotación del personal es normal?	✓	
13.	¿Conoce la empresa su posicionamiento en el mercado?		✓
14.	¿Se conoce la rentabilidad de las diferentes acciones de marketing?		✓
15.	¿Se tiene algún problema de atención al cliente?		✓

Fuente: El Autor

Grafica 5. Diagnóstico de Desempeño



Fuente: El Autor

Por último, se realizó la asistencia a la conferencia de Procolombia y alianza con MinTic, en las instalaciones de cámara de comercio Villavicencio, al seminario de Marcas, Registros y Patentes en las instalaciones de cámara de comercio por parte de la SIC, de parte de la Docente directora de Comexentro y sus practicantes, así como la participación vía streaming del seminario acerca de “aspectos contemporáneos de la negociación internacional” cámara de comercio de Bogotá.

Fotografía 20. Conferencia Min Tic – Procolombia



Fuente: El Autor

Fotografía 21. Seminario Marcas y Patentes – SIC



Fuente: El Autor

Fotografía 22. Seminario Alianza Estratégica MinTic y Procolombia



Fuente: El Autor

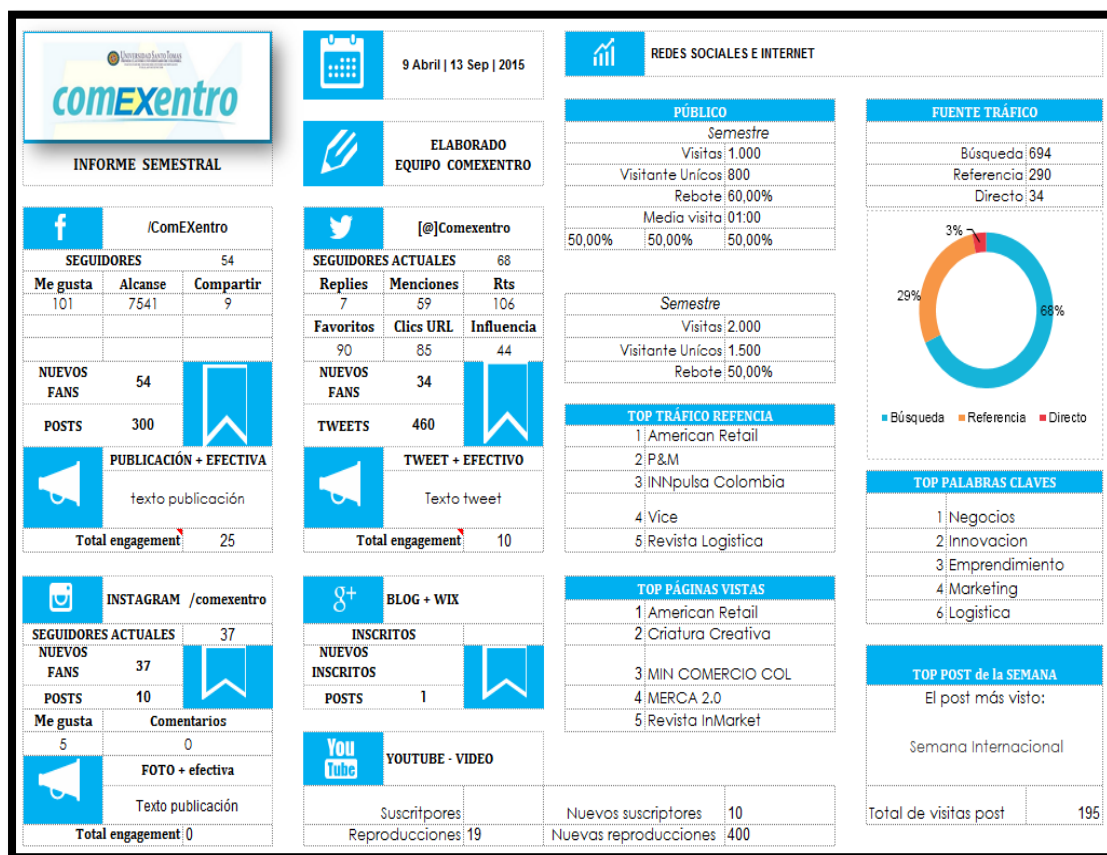
4.4. Anexos de actividades.

4.4.1. Redes sociales Comexentro

Los objetivos propuestos cuando decidimos abrir redes sociales para consultorio Comexentro fueron:

- Estrategia de Marketing
- Fortalecer nuestra presencia en Redes Sociales
- Aumentar la comunidad de seguidores

Figura 8. Imagen Informe Métrico.



Fuente: El Autor

4.4.2. Seguidores relevantes

Teniendo en cuenta que Comexentro es el consultorio para los negocios, consideramos importante destacar las siguientes cuentas de Twitter, estas cuentas pertenecen a empresas que son de renombre y sirven de referentes entre la comunidad emprendedora, innovadora y empresarial del país.

Figura 9. Pantallazos de Seguidores en Twitter





Fuente: El Autor, con información en Twitter

4.4.3. Notificaciones

Desde un principio queríamos que Comexentro fuera la red social más importante entre la comunidad estudiantil, emprendedora y de negocios de la región. Además queríamos lograr llegarle a más gente aprovechando nuestro vínculo con la universidad. Esto no fue tema fácil ya que lleva mucho tiempo, dedicación, hay mucha competencia y las páginas que hacen y se dedican a lo mismo tienen más renombre entre los entendidos en negocios. Sin embargo con tiempo y dedicación logramos que otras marcas de empresas les

interesara nuestro contenido, difundiendo información de fuentes oficiales y generando contenido de peso.

Figura 10. Notificaciones

 Red de Emprendedores marcó como favorito tu Tweet	10 sept.
10 sept.: Si te perdiste #EnLaConversa con @PabloClaverM en #yotambienpuedoemprender de @REDBavaria acá te lo compartimos → bit.ly/1LiPZWD	
	
 Ironbound Consulting marcó como favorito tu Tweet	30 ago.
28 ago.: #CoBranding con tu competencia? Se haga o no ya todo el mundo habla de la #McWhopper por el Día de la Paz pic.twitter.com/iRRJ9nGKxY	
	
 Colombia 3.0 marcó como favorito tu Tweet	20 ago.
19 ago.: Del 7 al 10 de septiembre #Col30 todo sobre TIC #negocios #marketing #ContenidosDigitales → bit.ly/1JijTWg pic.twitter.com/kQXUKU57Nz	
	
 Cooperación-Meta marcó como favorito tu Tweet	26 ago.
26 ago.: Esta foto le ayudara a explicarse para que sirve el #marketing pic.twitter.com/lo0gF6Kybz	
	
 INSITUBG, TuProyecto.com y Red de Emprendedores te retwittearon	20 ago.
20 ago.: Si te perdiste #EnLaConversa Diagnóstico Organizacional con @colombiaedge @REDBavaria acá te lo compartimos → bit.ly/1LiPZWD	
  	



Fuente: El Autor, con información en Twitter

4.4.4. Blog comexentro

Este blog se creo con el objetivo de diversificar nuestro mercado y poder llegar a mas personas, queriamos generar nuestro propio contenido de manera digital, ademas interactuar y ampliar la comunicacion con la comunidad bloguera, personas mucho mas interesada por los negocios, articulos de opinion y noticias actuales.

Figura 11. Blog comexentro



Fuente: El Autor, con soprttec Google

4.4.5. Piezas Made in Comexentro

Figura 12. Comexentro - Video Oficial



Fuente: USTA

Figura 13. Mensaje publicitario de Comexentro



Blog | Nosotros | Contactenos
Consultorio Empresarial Internacional

comEXentro

Centro de apoyo especializado en
Negocios Internacionales

Colombia se posiciona como proveedor Agrícola
July 3, 2015

En el marco del fortalecimiento de su relación con Procolombia, Comexentro se permite publicar un documento elaborado por dicha entidad. Este documen...

[Read More](#)



Nosotros



Consultorio Especializado en Negocios
Empresariales Internacionales.

 /Comexentro
 @Comexentro

CONSULTORIO | EMPRESARIAL | INTERNACIONAL

ASESORÍAS EN:



- Mercadeo
- Finanzas
- Logística
- Administración

MARKETING



Magdalena	Muffin	Cupcake
\$2.500 COP	\$4.500 COP	\$6.500 COP

5. Aportes

5.1. Aportes a la empresa

Como practicantes, desde el inicio de nuestras labores, articulamos toda nuestra formación profesional para aportar a la empresa ese conocimiento en todos los aspectos que fueran necesarios.

Se realizó la labor logística para todo el proceso de dar a conocer el consultorio Comexentro ante entidades gubernamentales y empresas de la región, realizando diferentes contactos, con los cuales surgieron las empresas a las que se les prestó asesoría tales como Maicao, Cindetec y Functional Training.

La elaboración de formatos de uso para Comexentro fue una labor constante y de mucho empeño debido a la falta de ellos dentro del consultorio, lo cual fue muy importante porque en ellos se va a basar la forma en que se desarrollarán las funciones y diversas asesorías.

Con cada empresa que se asesoró, se aplicaron los conocimientos adquiridos a lo largo de toda la carrera del programa de Negocios Internacionales, para el fortalecimiento de las empresas y la respectiva satisfacción del empresario al encontrar el apoyo necesario.

5.2. Aportes a nuestra formación profesional

Como practicantes de Negocios Internacionales dentro de Comexentro, sentimos que al tener ese primer contacto con la vida real que es enfrentarse a la vida real, con instituciones y personas con una experiencia grande dentro de un sector empresarial específico, se fortalece esa formación profesional que se adquirió teóricamente durante cinco años, y

que nos prepara para una vez culminadas todas nuestras labores dentro de la universidad, lo que viene en nuestra vida profesional y laboral.

Comexentro fue la puerta a la materialización de tantos conocimientos adquiridos junto a docentes y demás compañeros; fue gratificante sentirnos apropiados con nuestra labor y nuestra carrera durante este tiempo como practicantes en el consultorio.

Conclusiones

Después de haber finalizado el presente trabajo de grado se puede concluir que se logró cumplir con el cronograma que se propuso por el equipo de profesores y tutores de Comexentro.

El equipo Comexentro logró vincular a los empresarios de la región, prestando asesorías de forma gratuita en pro de la comunidad. Además de ayudar a la comunidad estudiantil, emprendedora y empresarial de la región.

El tiempo de práctica en Comexentro nos llevó a conocer como están algunas empresas de la región y la necesidad de más apoyo para ellas, porque debido a esas necesidades, los empresarios no piensan de forma más global, sino local, y por diversos aspectos como temores o falta de capacidad de producción se quedan en un entorno micro y no piensan en ir más allá.

El departamento del Meta cuenta con un gran número de empresas que han sido jalonadoras del crecimiento y desarrollo económico de la región y por esta razón, el apoyo debe ser fundamental para todos los sectores del departamento.

De forma importante podemos también concluir que la unión entre academia y empresa ha logrado excelentes resultados, por lo cual se le debe seguir apostando a esto.

Recomendaciones

Después de estos meses como practicantes de Comexentro tenemos que decir que fue una grata experiencia llena de un nuevo aprendizaje cada día pero de la misma forma ciertos contratiempos que nos llevaron a pensar que las cosas se pueden hacer mucho mejor, que ciertos aspectos se pueden mejorar para que los nuevos pasantes en el consultorio logre llegar más lejos, puedan tener todo lo que necesitan y así mismo Comexentro siga teniendo más reconocimiento como marca y como centro de asesoramiento.

Nuestras recomendaciones son:

- Un lugar con una ubicación estratégica y central, de fácil acceso destinado para llevar a cabo las labores de Comexentro y al cual puedan llegar los interesados en sus servicios sin ningún problema.
- Herramientas y materiales de apoyo necesarias que faciliten la labor del practicante, como papelería y artículos de oficina.
- Mayor apoyo por parte de los docentes ajenos a Comexentro y que laboran dentro de la universidad.
- que la labor del practicante para cualquier tipo de actividad a realizada sea valorada y reconocida de manera conjunta, lo cual da mayor sentido de pertenencia por la empresa.

Referencias bibliográficas

Colombia, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2015). Miercoles de capacitación. [mincit.gov.co](http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=16189). Obtenido de: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=16189>

Fundación Bavaria. (2015). Red de emprendedores. red.tuproyecto.com/. Obtenido de: <http://red.tuproyecto.com/enlaconversa>

Minervini, N. (2014). Ingeniería de la Exportación: Como elaborar planes innovadores de exportación. México D.F. Cengage Learning.

Goodwill Consulting. (2015). Índice Goodwill 2015. [2wayideas.com](http://www.2wayideas.com/). Obtenido de: <http://www.2wayideas.com/indice-goodwill-1>

No.	PREGUNTAS ORGANIZACIONALES	SI	NO
1.	¿Su empresa cuenta con Misión?		
2.	¿Su empresa cuenta con Visión?		
3.	¿Su empresa cuenta con marca?		
4.	¿Su empresa está dividida en áreas?		
5.	¿Su empresa cuenta con análisis DOFA?		
6.	¿Su empresa cuenta con organigrama?		
*	PREGUNTAS DE DESEMPEÑO		
7.	¿Dispone de un plan de marketing realizable?		
8.	¿Existe un responsable del marketing con responsabilidad y autoridad dentro de la empresa?		
9.	¿Los puestos de trabajo están bien definidos y se les atribuye objetivos y responsabilidades para desarrollarlos?		
10.	¿El clima general del trabajo dentro de la empresa es favorable?		
11.	¿Existe un manual de organización dentro de la empresa?		
12.	¿La tasa de rotación del personal es normal?		
13.	¿Conoce la empresa su posicionamiento en el mercado?		
14.	¿Se conoce la rentabilidad de las diferentes acciones de marketing?		
15.	¿Se tiene algún problema de atención al cliente?		

PREGUNTAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

1) *

Ha pensado en exportar.

SI ☐ NO ☐

Ha identificado a que país va a exportar.

SI ☐ NO ☐

Ha investigado el mercado del país al que piensa exportar.

SI ☐ NO ☐

Ha hecho negociaciones con representantes de empresas ese país.

SI ☐ NO ☐

2) *

Está interesado en la internacionalización de su empresa.

SI ☐ NO ☐

Tiene el objetivo de internacionalizar su empresa.

SI ☐ NO ☐

Ha elaborado un plan de internacionalización de su empresa.

SI ☐ NO ☐

Está ejecutando el plan de internacionalización de su empresa.

SI ☐ NO ☐

3) *

Piensa dar a conocer su producto en algún país extranjero.

SI ☐ NO ☐

Ha definido un país determinado donde quiere dar a conocer su producto.

SI ☐ NO ☐

Ha evaluado la estrategia para entrar al mercado de un país determinado.

SI ☐ NO ☐

Cuenta con un equipo que se ocupa de la planificación estratégica para mercado seleccionado.

SI ☐ NO ☐

4) *

No ha realizado exportaciones.

SI ☐ NO ☐

Realiza envíos internacionales esporádicamente.

SI ☐ NO ☐

Ha realizado exportaciones esporádicamente.

SI ☐ NO ☐

Realiza exportaciones de manera permanente.

SI ☐ NO ☐

5) *

Sabe acerca de los tratados comerciales vigentes con los países con los que piensa negociar.

SI ____ NO ____

Conoce que tratados abarcan el segmento del mercado elegido en el país destino de su negociación.

SI ____ NO ____

Conoce que beneficios traen los tratados a sus productos.

SI ____ NO ____

Ha hecho uso de la ventaja de los tratados comerciales para los países con los que hace negocios.

SI ____ NO ____

6) *

Ha identificado personas, que dominen la lengua nativa de los países con los que quiere negociar.

SI ____ NO ____

Ha vinculado personas que dominen la lengua nativa de los países con los que quiere negociar.

SI ____ NO ____

Tiene un programa de capacitación para personas de su organización en manejo de lengua nativa de los países con los que quiere negociar.

SI ____ NO ____

Tiene un equipo especializado en el manejo de las lenguas nativas de los países con los que negocia.

SI ____ NO ____

7) *

Realiza un presupuesto general.

SI ____ NO ____

Realiza un presupuesto para la internacionalización.

SI ____ NO ____

Realiza planificación financiera para respaldar sus actividades.

SI ____ NO ____

Cuenta con planes financieros según el plan de internacionalización.

SI ____ NO ____

8) *

Conoce acerca de potenciales socios para la internacionalización.

SI ____ NO ____

Ha tenido acercamientos comerciales con socios potenciales para la internacionalización.

SI ____ NO ____

Tiene relaciones comerciales con socios extranjeros esporádicamente.	SI	___	NO	___
Tiene relaciones comerciales con socios extranjeros frecuentemente.	SI	___	NO	___

9) *

Conoce acerca de las exigencias sanitarias nacionales para exportar.	SI	___	NO	___
Conoce acerca de las exigencias sanitarias del país destino.	SI	___	NO	___
Aplica las exigencias mínimas sanitarias del país destino.	SI	___	NO	___
Cuenta con sellos adicionales a las exigencias del país destino.	SI	___	NO	___

10) *

Cuenta con producción adicional para abastecer pedidos en el mercado local.	SI	___	NO	___
Cuenta con producción necesaria para abastecer pedidos en el mercado nacional.	SI	___	NO	___
Cuenta con producción necesaria para abastecer pedidos en el mercado internacional.	SI	___	NO	___
Cuenta con producción necesaria para abastecer pedidos en el mercado global.	SI	___	NO	___

11) *

Ha pensado en asistir a ferias comerciales internacionales y/o nacionales.	SI	___	NO	___
Ha asistido a ferias comerciales internacionales y/o nacionales.	SI	___	NO	___
Ha participado como expositor en alguna feria internacional.	SI	___	NO	___
Participa constantemente como expositor en ferias fuera del país.	SI	___	NO	___

12) *

Conoce el país con el que quiere entablar relaciones comerciales pero no lo ha visitado.	SI	___	NO	___
Ha viajado al país en el cual se encuentra su mercado objetivo.	SI	___	NO	___
Ha viajado a conocer sus socios y posibles distribuidores.	SI	___	NO	___

Tiene relaciones comerciales vigentes con socios y distribuidores. SI ____ NO ____

13) *

Su producto ha sido modificado para cumplir requisitos del mercado. SI ____ NO ____

Su producto ha sido modificado para su comercialización en el mercado internacional. SI ____ NO ____

Realiza cambios en su producto regularmente de acuerdo con las tendencias del mercado. SI ____ NO ____

Realiza constantes cambios en todas sus líneas de producto dependiendo de un análisis de sus clientes. SI ____ NO ____

14) *

Ha indagado de manera superficial sobre el país destino. SI ____ NO ____

Tiene datos demográficos básicos sobre el país destino. SI ____ NO ____

Su empresa ha realizado o contratado estudios sobre la demografía del país destino. SI ____ NO ____

Ha contratado analistas o empresas para tener información demográfica del país destino. SI ____ NO ____

15) *

Su producto tiene etiqueta con el nombre del producto y la empresa. SI ____ NO ____

Su etiqueta tiene el nombre de la empresa y el producto, además de la tabla nutricional. SI ____ NO ____

Su etiqueta tiene el nombre de la empresa y el producto, además de la tabla nutricional e información complementaria. SI ____ NO ____

Su etiqueta está registrada y cuenta con los requerimientos técnicos del mercado destino. SI ____ NO ____

16) *

Su producto o productos tienen marca. SI ____ NO ____

Realiza gestión de la marca.	SI ☐ NO ☐
Su marca está debidamente registrada en Colombia.	SI ☐ NO ☐
Su marca está debidamente registrada en el mercado destino.	SI ☐ NO ☐

17) *

La toma de decisiones de dirección le concierne al dueño únicamente.	SI ☐ NO ☐
La mesa directiva es la encargada de la toma de decisiones.	SI ☐ NO ☐
La toma de decisiones se realiza después de unos estudios por expertos que le presenta la situación clara a los directivos para la última palabra.	SI ☐ NO ☐
La toma de decisiones de su empresa es acorde con el nivel de responsabilidad realizada por el jefe de sector o departamento.	SI ☐ NO ☐

18) *

Su producto es parecido a los productos de la competencia y tiene poca diferenciación.	SI ☐ NO ☐
Su producto cuenta con ciertos desarrollos que ofrecen una calidad diferente a la competencia.	SI ☐ NO ☐
Su producto maneja niveles de exclusividad considerables.	SI ☐ NO ☐
Su producto cuenta con altos estándares de calidad y exclusividad para sus clientes.	SI ☐ NO ☐

19) *

Tiene un análisis de costos de producción en los que incurre para elaborar su producto.	SI ☐ NO ☐
Tiene un análisis de costos de producción y comercialización para el mercado nacional.	SI ☐ NO ☐
Tiene un análisis de costos en los que incurre hasta el puerto de salida.	SI ☐ NO ☐
Tiene un análisis detallado de los costos en los que incurre para satisfacer el mercado destino.	SI ☐ NO ☐

20) *

Tiene los datos básicos de sus clientes (nombres o razón social, identificación, dirección y teléfono). SI ____ NO ____

De vez en cuando realiza encuestas a los clientes de la empresa. SI ____ NO ____

Cuenta con información detallada de sus clientes y se comunica con estos frecuentemente. SI ____ NO ____

Cuenta con un sistema de gestión de la relación con el cliente. SI ____ NO ____

21) *

La comunicación en la empresa es principalmente oral. SI ____ NO ____

La comunicación en la empresa es principalmente escrita. SI ____ NO ____

La comunicación en la empresa es principalmente por correo electrónico. SI ____ NO ____

La comunicación en la empresa es principalmente intranet. SI ____ NO ____

22) *

Ha pensado en implementar un sistema de gestión de calidad en su empresa. SI ____ NO ____

Está en proceso de implementación de un sistema de gestión de calidad en su empresa. SI ____ NO ____

Tiene una certificación de calidad vigente en su empresa. SI ____ NO ____

Tiene una certificación internacional de calidad en su empresa. SI ____ NO ____

23) *

Su personal es joven y poco experimentado en la actividad de producción a la que se dedica su empresa. SI ____ NO ____

Su personal está constituido tanto jóvenes como por gente más experimentada. SI ____ NO ____

Los jefes de cada departamento y directivos son personas con experiencia. SI ____ NO ____

Todo el personal independientemente de su edad cuenta con una importante experiencia técnica, tecnológica y/o profesional. SI ____ NO ____

24) *

Su empresa realiza la gestión de las personas desde el departamento administrativo o la gerencia. SI ____ NO ____

Su empresa tiene un departamento específico para la gestión de las personas enfocado en salario y contratación. SI ____ NO ____

Su empresa evalúa el desempeño de su equipo de trabajo y aplica procesos de mejoramiento laboral. SI ____ NO ____

Su empresa posee un departamento de talento humano que gestiona la vinculación, el desarrollo y el retiro de las personas que trabajan para la organización. SI ____ NO ____

25) *

Su empresa espera que los trabajadores hagan lo que está en su contrato laboral. SI ____ NO ____

Su empresa espera que los trabajadores hagan lo que está en el manual de funciones. SI ____ NO ____

Su empresa espera que los trabajadores alcancen las metas propuestas para su función. SI ____ NO ____

Su empresa espera que los trabajadores gestionen su desempeño y propongan las metas de su función. SI ____ NO ____

26) *

Ha identificado la necesidad de adquirir insumos y materias primas en el exterior. SI ____ NO ____

Conoce los países proveedores del producto que usted necesita. SI ____ NO ____

Tiene un país determinado con el que quiere realizar la importación. SI ____ NO ____

Ha realizado importaciones de un país determinado. SI ____ NO ____

27) *

Ha realizado importaciones de materia prima esporádicamente. SI ____ NO ____

Ha realizado importaciones de productos terminados esporádicamente. SI ____ NO ____

Ha realizado importaciones de productos terminados y materias primas cada trimestre o semestre. SI ____ NO ____

Realiza importaciones constantemente en el año de materias primas y productos terminados. SI ____ NO ____

28) *

Ha comprado insumos importados en el mercado nacional. SI ____ NO ____

Ha solicitado envíos internacionales esporádicamente. SI ____ NO ____

Ha realizado importaciones esporádicamente. SI ____ NO ____

Realiza importaciones de manera permanente. SI ____ NO ____

29) *

Necesita créditos de fomento para poder realizar la actividad de internacionalización. SI ____ NO ____

Necesita créditos de gran tamaño para realizar la actividad de internacionalización. SI ____ NO ____

Necesita créditos para cubrir cierta parte de la internacionalización. SI ____ NO ____

Cuenta con el capital propio suficiente para realizar la internacionalización. SI ____ NO ____

30) *

No ha recibido capacitaciones acerca de internacionalización. SI ____ NO ____

Ha indagado acerca de aspectos básicos para la internacionalización. SI ____ NO ____

Ha tenido una formación básica acerca de los procesos de internacionalización. SI ____ NO ____

Realiza constantes cursos de actualización sobre el tema de internacionalización. SI ____ NO ____

Anexo 2. Contact Report**CONTACT REPORT**

NO. 000**TEMA DE LA REUNIÓN****Lugar:****Empresa:****Fecha:****Asistentes:
Por La Empresa****Asistentes:
Por Comexentro****Objetivo de la reunión.****Desarrollo de la reunión.**



CONTACT REPORT

Conclusiones.

Responsables / Acciones a realizar

Próxima reunión planeada para la fecha: hora:

Firma Empresa:

Firma Comexentro:

Anexo 3. Metodología

METODOLOGÍA DE TRABAJO COMEXENTRO



ANÁLISIS



Se reúne el equipo Comexentro para examinar cada respuesta del Formato de Diagnóstico del empresario y establecer soluciones y tareas.

Se cita nuevamente al empresario para darle a conocer el análisis



comEXentro
Centro de apoyo especializado en
Negocios Internacionales



Empresario



En esta nueva cita, se informa al empresario de las debilidades encontradas, y se dan propuestas y tareas que necesita desarrollar él para una siguiente reunión, y en cada una de ellas, se sigue este proceso para ir encontrando soluciones y ver que la empresa mejore progresivamente.

Todo el proceso está diseñado para ser terminado en un plazo de 15 días.

Anexo 4. Autorización empresario

AUTORIZACIÓN EMPRESARIO

Yo _____ representante de la empresa
_____ autorizo que el caso de dicha empresa, estudiado
durante el proceso de asesoramiento por parte del consultorio de negocios Comexentro,
sea vinculado con la universidad Santo Tomás todo esto sin ningún fin comercial,
únicamente para investigaciones o aspectos relacionados a esto.

Firma Autorización
