



**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS**  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

**Informe Final Práctica**

**Daniel Mauricio Parra Blanco**

**Bogotá, D. C.**

**2022**

## **Parte I:**

### **Resumen:**

En este trabajo se plantea la propuesta del Plan de mejora para la empresa en que se realizó la práctica, llamada Consultora Macrospe Chile Limitada, en el proyecto conocido como “Datasur”, esta trata de una base de datos que usan las empresas para saber tanto de importaciones como de exportaciones en diferentes países de América Latina. En la práctica laboral se logró aprender sobre diferentes mercados, de países como Costa Rica, Chile, Guatemala, Colombia, entre otros.

### **Agradecimientos:**

Agradezco a la empresa por escogerme para ser parte de este proyecto, así como a mi jefe Julián Díaz y a todas aquellas personas que me ayudaron en este proceso.

## Índice:

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Portada .....                                                         | 1  |
| Resumen .....                                                         | 2  |
| Agradecimientos .....                                                 | 2  |
| 1. Aspectos Generales .....                                           | 4  |
| 1.1.1 Misión .....                                                    | 4  |
| 1.1.2 Visión .....                                                    | 5  |
| 1.1.3 Ubicación Geográfica .....                                      | 5  |
| 1.1.4 Estructura Organizativa de la Empresa .....                     | 6  |
| 1.1.5 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica ..... | 6  |
| 1.1.6 Análisis DOFA .....                                             | 7  |
| 1.1.6.1.1 Debilidades Y 1.1.6.1.2 Oportunidades .....                 | 7  |
| 1.1.6.1.3 Fortalezas Y 1.1.6.1.4 Amenazas .....                       | 7  |
| 2.1 Planteamiento General .....                                       | 8  |
| 2.2 Limitaciones y Alcances del trabajo .....                         | 8  |
| 2.3 Objetivo General .....                                            | 9  |
| 2.3.1 Objetivos Específicos .....                                     | 9  |
| 3.1 Propuesta de Mejora .....                                         | 9  |
| 3.2 Conclusiones .....                                                | 10 |
| 3.3 Bibliografía .....                                                | 11 |
| 3.4 Anexos .....                                                      | 11 |

## Parte II:

### 1. Aspectos Generales

La empresa Macroscope Chile Limitada es la empresa dueña de la herramienta conocida como Datasur, la cual es una base de datos que sirve para obtener información de exportaciones e importaciones de diversos países de América Latina como son Colombia, México, Ecuador, Panamá, Brasil, e incluso de Estados Unidos y Canadá. La empresa tiene su sede principal en Santiago, Chile, pero también tiene otras sedes en Colombia, Perú, Brasil y España.

#### 1.1. Misión y Visión de Datasur:

1.1.1. Misión: De aquí se desprende el compromiso y el deber de Macroscope Chile Ltda. con sus diversos públicos, por ende, con la sociedad. La razón de la existencia de esta empresa se puede desglosar en las siguientes misiones:

“Aunar a las diferentes instancias gremiales y bilaterales promotoras del comercio exterior en los diferentes países de la región, en una red que permita promover y proponer acciones que estimulen el desarrollo de este importante sector de la economía.”

“Generar las herramientas necesarias, accesibles y fidedignas, para apoyar a los profesionales que se desempeñan en Comercio Exterior, a dar oportuna respuesta a las inquietudes que se puedan presentar en el ejercicio de sus obligaciones laborales o de emprendimiento.”

“Tener una presencia digital importante en las redes sociales, buscadores y todos los dispositivos móviles, que promuevan contenido relevante de Comercio Exterior a todos quienes desempeñan funciones dentro de este sector.”

“Fomentar la transparencia de los mercados y el desarrollo de información de excelente calidad y oportuna, que permita elaborar estándares competitivos altos entre las empresas, por medio de la generación de acciones que promuevan la legislación de la entrega de esta información en cada mercado.”

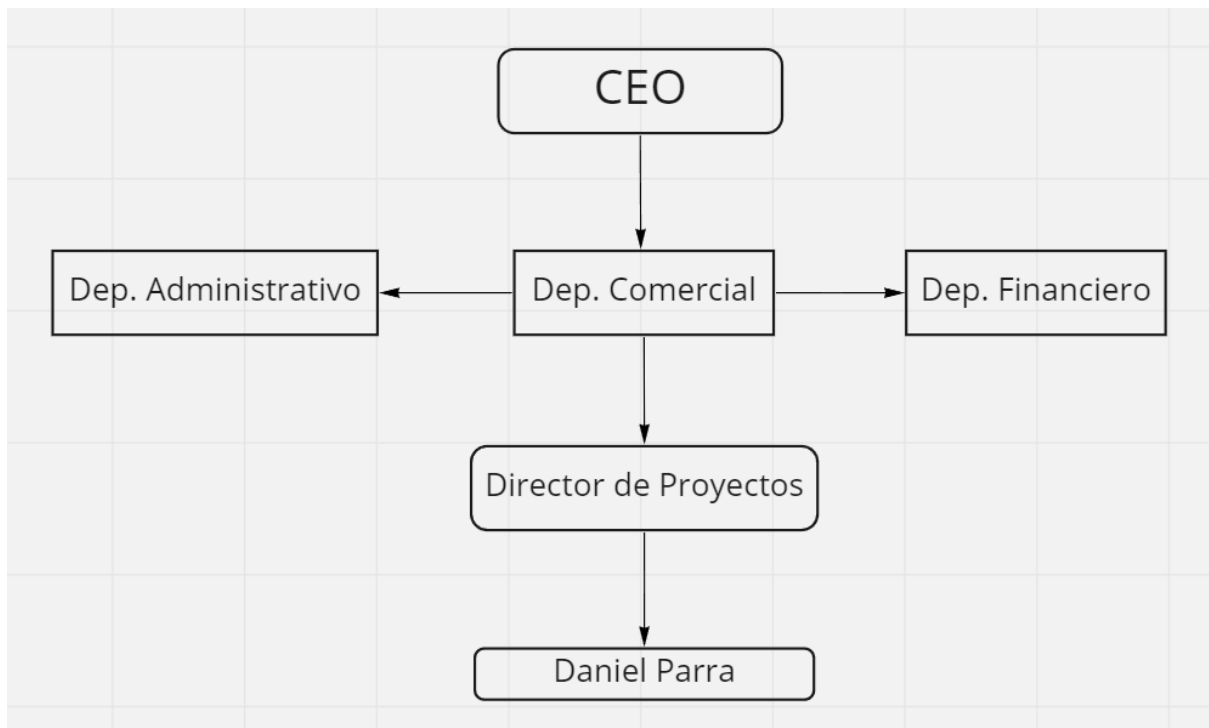
1.1.2 Visión: Entendemos por la visión de Macroscope Chile Ltda., la situación prevista para el futuro de la empresa, los sueños y metas de la alta dirección, de esta forma nos encontramos con la siguiente visión: “Ser un referente en Comercio Exterior para el sector público y privado, que permita satisfacer cualquier demanda por informaciones a quienes busquen resolver temas de empresas, instituciones gremiales, educacionales o de estado, relacionados a este importante sector de la economía en los diferentes países de la región.”

### 1.1.3 Ubicación Geográfica

La casa matriz de la empresa se encuentra en Santiago, Chile, motivo por el cual se realizó la práctica de manera virtual. Aunque se debe aclarar que esta empresa tiene presencia en distintos países como Ecuador, Perú, Colombia, México, Costa Rica, Guatemala, entre otros.



#### 1.1.4. Estructura Organizativa de la Empresa



Fuente: Elaboración propia

#### 1.1.5 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica:

Como se observa en el Organigrama de la empresa, la práctica se desarrolló en el departamento comercial, ya que se debía entablar una relación con potenciales empresas clientes.

#### 1.1.6.1 Análisis DOFA:

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1.1.6.1.1 DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"><li>· Falta de ampliación de mercado.</li><li>· Falta de información en la página web, como la historia y los valores de la empresa así como el precio de sus productos, también revisar ortografía.</li><li>· Falta de posicionamiento en redes sociales</li></ul>                                 | <p>1.1.6.1.2 OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"><li>· Cuentan con socios de diferentes países lo cual permite que los clientes confíen en la información que provee Datasur.</li><li>· Globalización que incentiva a las empresas a exportar e importar sus productos, creándose la necesidad de una herramienta como Datasur.</li><li>· Aumento de estudiantes de carreras relacionadas con el comercio exterior.</li></ul> |
| <p>1.1.6.1.3 FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"><li>· Base de datos detallada y completa con información de más de 50 países.</li><li>· Cuenta con servicios online y offline, supliendo las necesidades diversas de sus clientes.</li><li>· Cursos de comercio exterior y logística y carga.</li><li>· Herramientas de trabajo eficientes</li></ul> | <p>1.1.6.1.4 AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"><li>· Cambios constantes en las regulaciones de comercio exterior.</li><li>· Ciberseguridad.</li><li>· Modificaciones en las tasas de cambios</li><li>· Competidores fuertes.</li></ul>                                                                                                                                                                                           |

### **Parte III:**

#### **2.1 Planteamiento Central:**

Al poco tiempo de estar trabajando en la empresa se observó que es una plataforma muy parecida a una que hay en la Universidad Santo Tomás, por lo que el paso a seguir fue indagar si en la empresa se vendía algún tipo de licencia o cursos para las universidades así como la plataforma de la que se tenía conocimiento a lo cual respondieron que no, de manera que fue posible identificar que esta empresa tiene allí una oportunidad para ampliar su mercado, no solo en Colombia sino en otros países de Suramérica y Centro América.

#### **2.2 Limitaciones y Alcances del trabajo**

En cuanto a las dificultades que se pueden presentar respecto a las prácticas se encontró que una de ellas es el contacto con las diferentes empresas, ya que la búsqueda de una página web y un correo electrónico se convertía muchas veces en una labor bastante compleja debido a la falta de un correo electrónico oficial para la comunicación de empresa a empresa (B2B). Adicionalmente, rara vez el correo enviado era contestado, pues aproximadamente de 30 empresas a las que se envían correos, responden dos o tres. También, otro problema de la misma índole, es el contacto con las diferentes aduanas o departamentos estadísticos de los países, en algunos la información que se necesita para nutrir la plataforma es fácil de encontrar, pero en otros es muy difícil y por más que se envían diferentes correos, en la mayoría de los casos no son respondidos.

El trabajo consta principalmente de investigación para completar la base de datos de la empresa, la mayor parte del trabajo es buscar información de empresas en varios países, principalmente empresas que tengan que ver con el comercio internacional y los negocios internacionales, empresas como agencias de carga, agencias de aduanas, organizaciones logísticas, navieras, entre otras. Adicionalmente, se debe contactar estas compañías con el objetivo de vender el producto y así puedan hacer un mejor estudio de mercado para crecer.



## 2.3 Objetivo General:

- ❖ Promocionar la plataforma Datasur, principalmente en el sector universitario.

### 2.3.1 Objetivos Específicos:

2.3.1.1 Dar a conocer la plataforma en varias Universidades.

2.3.1.2 Mostrar los beneficios que pueden tener los estudiantes de diversas carreras a la hora de usar la plataforma Datasur.

2.3.1.3 Capacitar a los estudiantes en la manera de buscar y analizar información de comercio exterior.

## **Parte IV:**

### 3.1 Propuesta de Mejora:

Al ver el funcionamiento de la plataforma Datasur se puede decir que es una herramienta de mucha ayuda para los estudiantes de carreras afines a la de Negocios Internacionales como lo son Comercio Exterior, Relaciones Internacionales, Mercadeo, Administración de Empresas, entre otras. Es por esto que la propuesta principal es hacer que la empresa se dé a conocer en las diferentes universidades, no solo en Colombia puesto que Datasur es una plataforma que tiene presencia en muchos otros países, y allí hay una oportunidad de mercado muy grande pues se puede llegar a un acuerdo con las universidades para que por un precio se puedan realizar las capacitaciones a estudiantes y profesores generando un gana gana, ganan las universidades capacitando mejor a sus estudiantes y gana la empresa generando más ingresos y más posibles futuros clientes, para cuando salgan los estudiantes a buscar trabajo, estos puedan decir que están capacitados en una herramienta que puede ser útil para diferentes empresas.

### 3.2 Conclusiones:

Se promocionó la plataforma Datasur en diferentes universidades y se dió a conocer el plan de mejora a la empresa por medio de este trabajo, a lo cual la empresa respondió de manera asertiva diciendo que ellos ya estaban trabajando en un proyecto similar, lo estaban estudiando y lo iban a poner en práctica después de su respectivo análisis. En este proyecto se tienen estimadas las diferentes capacitaciones tanto a estudiantes como a profesores de las universidades, mostrando los beneficios que la plataforma Datasur tiene para todos. Con esto la empresa creó una presentación que se les va a mostrar a diferentes universidades para la venta de la plataforma.

### 3.3 Bibliografía

- Datasur. (2021, 19 febrero). *Nosotros*. Recuperado 25 de mayo de 2022, de <https://www.datasur.com/nosotros/>

### 3.4 Anexos:

Presentación en Power Point



## **Parte V:**

### **4.1 Seguimiento de Práctica Profesional:**

Febrero: Al comenzar a trabajar en la empresa desde el 2 de febrero se tuvo una capacitación de cómo era el funcionamiento de la plataforma, esto fue aproximadamente desde el 2 de febrero hasta el 14 de febrero, las siguientes dos semanas desde el 15 de febrero hasta el 7 de marzo se buscó información sobre las importaciones y exportaciones de los pequeños, medianos y grandes contribuyentes de los países de Sudamérica como Chile, Ecuador, Perú, Colombia, Venezuela e incluso en Panamá y México.

Marzo: Después el trabajo se basó en diferentes temas como la revisión de información, carga de esta información según el formato indicado por la empresa, así como la búsqueda de noticias de importación y exportación de países que fueran parte del continente asiático, esto se realizó desde el 8 de marzo al 8 de abril.

Abril y Mayo: Comenzando el 11 de abril y hasta el 10 de junio se estuvo recopilando información sobre empresas de Colombia y Centroamérica de países como El Salvador, Nicaragua, Guatemala, Costa Rica y Panamá, empresas del tipo Agencias de Carga, Agencias de Aduanas, Operadores Logísticos y Freight Forwarders, también parte del trabajo fue contactar a estas empresas, principalmente con las de Colombia para hacerles saber de nuestra plataforma, también en estas semanas se contactó a las aduanas y los centros de estadística de diferentes países como Jamaica, Belice, Haití, Guyana, Surinam y Curazao.

Junio y Julio: Desde el 10 de junio hasta la finalización de la práctica que fue el 2 de agosto, se llevaron a cabo diferentes estudios de mercado en diferentes empresas similares a Datasur en Estados Unidos, así como a empresas de tecnología.