

INFORME FINAL PRÁCTICA PROFESIONAL

DIEGO SEBASTIAN MONTAÑA SABOYÁ

CÓDIGO:2250732

FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

DIVISIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

BOGOTÁ

2023

PLAN DE MEJORA 3M COLOMBIA

DIEGO SEBASTIAN MONTAÑA SABOYÁ

CÓDIGO:2250732

TUTOR

JORGE ELIÉCER GAITÁN MÉNDEZ

DOCENTE ACADÉMICO

**FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
DIVISIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS**

BOGOTÁ

2023

INDICE

RESUMEN	4
AGRADECIMIENTOS	5
PARTE I.....	6
INTRODUCCIÓN	6
PARTE II	8
LA EMPRESA	8
Aspectos Generales.	8
Misión	8
Visión	8
Valores	9
Ubicación Geográfica.	9
Estructura Organizativa	10
Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.	10
Análisis DOFA.....	11
PARTE III.....	11
2. 1 PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA	11
Plan de marketing equipos de protección personal en Latinoamérica	11
Propuesta de Mejora.	13
Mercado meta	13
Valor de Producción de Minerales por Departamentos. Enero - junio 2022(p) 15	
ESTRATEGIA	16
2.2 TIMELINE.....	17
2.3 OBJETIVOS	17
Objetivo General	17
Objetivos específicos	17
2. 4 CONCLUSIONES.	18
Bibliografía	19
ANEXOS	21
ANEXO 1.	21

RESUMEN

3M ha labrado un increíble camino en el mercado global, estableciéndose y ganándose un puesto dentro de las empresas con mayor reconocimiento en los diferentes mercados, con sus diversas marcas de productos, como Nexcare, Post-it, Command, Scotch Brite, entre otras, ha logrado llegar a muchos rincones del mundo. Pero en este camino no todo son alegrías, han tenido que abandonar países por conflictos o barreras políticas, como sucedió hace un par de meses en Rusia y Bielorrusia y como se está empezando a vivir en 3M Paraguay y 3M Bolivia, que está dejando de ser un mercado atractivo para la compañía por su bajo rendimiento y por la poca utilidad que representan estos dos mercados en las cuentas de la multinacional.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis padres, principalmente a mi madre, que me ofrecieron lo que estuvo a su alcance, que se esforzaron para que yo lograra estudiar una carrera profesional, a mi pareja Juliana y a mi madrina Clara, que han hecho posible que yo esté a punto de culminar esta importante etapa en mi vida, que dedicaron parte de su vida a apoyarme en este sueño que inició hace 5 años, gracias a ellos que creyeron en mí. Gracias por el apoyo incondicional en este camino, por estar en las etapas más difíciles de mi carrera universitaria, por darme esa mano que necesitaba para ponerme de pie y seguir persiguiendo mis sueños, a las amistades dentro de la institución, a los buenos maestros que hicieron parte de este proceso, a 3M Colombia por darme la oportunidad de aplicar todos los conocimientos dentro de la compañía, por confiar en mis habilidades y brindarme una excelente experiencia.

PARTE I

INTRODUCCIÓN

El presente informe busca estructurar un plan de penetración para a través del marketing fortalecer los portafolios de 3M Bolivia y 3M Paraguay, pues el reducido número de habitantes de estos países junto con la competencia que ingresa a estos mercados, con menores costos y calidad hacen que mantener una utilidad adecuada para la empresa sea todo un reto. Desde la perspectiva que me brinda pertenecer a 3M Colombia, presentaré en el siguiente informe un plan de marketing para fortalecer los portafolios de Paraguay y Bolivia.

Teniendo en cuenta que Paraguay es un país que no supera los 8 millones de habitantes y que como en todo América del sur, ha enfrentado muchas trabas en el desarrollo de su economía y población, como la falta de educación, la corrupción, los déficit en el sistema de salud y problemas externos como la pandemia COVID 19, que de alguna manera derrumbó lo que Paraguay había construido entre el 2004 y el 2019, pues en estos años, junto con el banco mundial se esforzaron por atraer la inversión, invertir en el talento humano, en la erradicación de la corrupción y en infraestructura. (DatosMacro, 2022)

En cuanto a Bolivia se vio duramente afectada por la pandemia, que generó un incremento descontrolado de la pobreza y dejó al descubierto los problemas que tiene el país, como la mala prestación del servicio de salud, los altos índices de informalidad laboral y la gran deuda pública que adquirieron en ese periodo.

Entendiendo así el contexto económico y social de los dos países, se requieren miles de esfuerzos para una recuperación sostenible, pero estos retos no son solo para el gobierno, también lo son para las empresas locales y extranjeras que están en estos territorios.

Las ventas en Paraguay y Bolivia han disminuido radicalmente con el pasar de los años, 3M Bolivia nace como una sucursal de Chile, en los años 90 alcanzando ventas por \$5.000.000 USD, en la actualidad tienen ventas por cerca de \$2.4 millones de USD y el número de colaboradores en PSD también ha reducido radicalmente pasando de 8 personas hace unos 5 años a 2 personas en la actualidad, Paraguay actualmente tiene solo 1 colaborador para PSD y registra ventas inferiores a \$1.000.000 USD. (Caballero, 2022)

Se cree que la problemática radica en que no se priorizan los mercados de Bolivia y Paraguay y que las campañas de marketing no se moldean y se ejecutan a los mercados aquí mencionados, también es de resaltar que en las zonas mineras de Bolivia se evidencia una alta presencia de productos 3M falsificados, siendo cerca del 95% de los productos 3M falsos y productos que llegan a un costo mucho menor.

PARTE II

LA EMPRESA

Aspectos Generales.

La empresa nace en 1902 en Two Harbors, una pequeña ciudad de Minnesota. Hombres de negocios quisieron explotar una reserva minera ubicada allí y fabricar papel de lija, para esto deciden fundar la empresa Minnesota Mining & Manufacturing Company y nació 3M. Sin embargo, fueron unos cuantos años después hasta que 3M se convirtió en el gigante industrial que es en la actualidad. (3M, 2023)

Esta multinacional estadounidense se dedica a la investigación, el desarrollo, la manufactura y comercialización de tecnologías diversificadas, ofreciendo cerca de 55.000 productos y una variedad de servicios que se venden a nivel mundial. (3M, 2023)

Al mercado colombiano la empresa ingresó hace 6 décadas, su ubicación inicial fue en el municipio de Soacha, al sur de Bogotá D.C. Con pocos empleados y ventas que no superaron los US\$1.000, el gigante estadounidense fue ganando prestigio en el mercado colombiano, trasladando sus instalaciones a la calle 26, cerca al aeropuerto internacional el dorado y al occidente de Bogotá, en Siberia. (Forbes, 2021)

Misión

Invertir activamente en un desarrollo sostenible, teniendo como prioridad el cuidado ambiental, la responsabilidad social y el desarrollo económico de las naciones. (3M, 2023)

Visión

La tecnología de 3M hace avanzar a todas las empresas.

Productos 3M que mejoran cada hogar.

Innovación de 3M que mejora cada vida.

“La ciencia es simplemente ciencia, hasta que se aplica para mejorar la vida diaria. Y eso es exactamente lo que nos impulsa. Esto es 3M. Te sorprenderán todas las formas en las que, las tecnologías de 3M, marcan la diferencia en tu vida. Después de todo, rara vez estás a más de tres

metros de los resultados de nuestra ciencia. La Ciencia 3M". (3M, 2020)

Valores

3M se enfoca en resaltar y transmitir la honestidad, el respeto, la lealtad y la confiabilidad a sus colaboradores y socios comerciales, para que sea aplicada al interior y fuera de los espacios de la compañía. Busca fomentar el crecimiento ético e íntegro de cada colaborador, pues tienen claro que su gente es la reputación de la compañía, allí buscan gente con iniciativa y que sepa trabajar de manera autónoma.

William McKnight, quien fue presidente de 3M en 1929 y presidente del consejo de administración en 1949, dijo unas palabras en 1948 que aún son la base de la contratación de 3M, «Se cometerán errores. Pero si una persona actúa con honestidad, haciendo lo que cree correcto, los errores que cometerá no son tan graves a largo plazo como los errores que cometerá su jefe si le indica constantemente como debe hacer su trabajo, contrata gente buena y déjala actuar».

Al interior de la compañía existen 6 valores fundamentales; sea correcto, sea honesto, sea justo, sea leal, sea preciso y sea respetuoso. (3M, 2018)

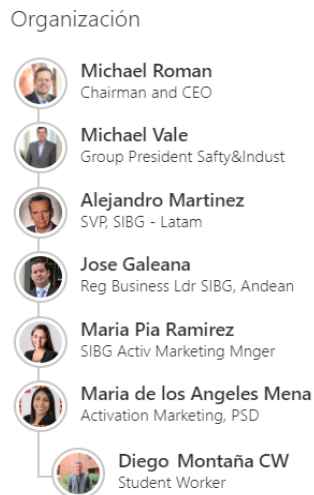
Ubicación Geográfica.

Al ser una multinacional 3M cuenta con presencia en más de 99 países, como Canadá, Costa Rica, Francia, España, México, Chile, Mongolia, Chad, entre otros.

Y vende en más de 190 países a través de sus socios comerciales, con su variedad de productos cubre un mercado global ofreciendo más de 55.000 productos y servicios innovadores y de calidad, genera más de 90.000 empleos a nivel mundial y 200 centros de producción en 37 países. (3M, 2020)

Figura 1:

Estructura Organizativa



Fuente: (3M, 2023)

Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.

La practica la desarrollé en el departamento Safety & Industrial Business Group.

En el departamento de SIBG se ofrecen numerosos artículos de protección respiratoria, auditiva, visual, protección para la cabeza y protección contra caídas. Soluciones que junto con la experiencia y el liderazgo de 3M logran ofrecer seguridad para proteger y mejorar la vida de los trabajadores.

Durante mis practicas brindé apoyo a la división de Personal safety División (PSD Latam) haciendo seguimiento al presupuesto de muestras de SIBG en gastos de ventas y gastos de marketing. También brindé monitoreo a las importaciones de muestras del departamento, estructuré reportes semanales de muestras de marketing más órdenes de compra. Seguimiento de material bonificado y entregado a los clientes, seguimiento a promociones Trade In/Trade Up, tracking de campañas; oportunidades ganas y abiertas cada mes, creación y seguimiento de órdenes de compra, revisión de listas de precios y seguimiento y control de la bodega de muestras de SIBG Colombia.

Figura 2:
Análisis DOFA.



Elaboración propia

PARTE III

2. 1 PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA

Plan de marketing equipos de protección personal en Latinoamérica

El mercado de elementos de protección personal se valoró en 15, 32 USD millones en el año 2020 y se espera que para el año 2026 este valor tenga un crecimiento del doble, alcanzando 30, 07 millones de dólares. (Intelligence, 2023)

Según estudios del grupo mordor intelligence, se espera que este mercado tenga una tasa de crecimiento anual cercana al 12%, esto a que cada vez existe más responsabilidad de parte de las empresas por el cuidado y la seguridad de sus trabajadores, así como el crecimiento en la demanda del sector salud y la industria farmacéutica por los equipos de protección personal. Las administraciones a nivel mundial han estado exigiendo estándares y ofreciendo una mejora continua en lo que corresponde a elementos de protección personal, lo que obliga a las empresas

a innovar constantemente. La pandemia Covid-19 fue un reto para las empresas que ofrecen elementos de protección personal en lo que corresponde a control de infecciones, según la (OMC) se estima que mensualmente se requieren cerca de 90 millones de mascarillas en la industria salud, junto con dos millones de gafas y más de 70 millones de guantes de látex. (Intelligence, 2023)

Se espera que América del norte sea la zona que lidere el aumento de la demanda de equipos de protección personal, esta parte del continente está experimentando una industrialización que se va dando de manera muy veloz, junto con esto también aumenta las oportunidades de empleo y los accidentes laborales, esto lleva a que las industrias realicen inversiones considerables en lo que respecta a equipos para la seguridad de sus trabajadores.

En Paraguay y Bolivia se están presentando bajos flujos de ventas en lo que es equipos de protección personal (EPP) a pesar de que estos países cuentan con amplias zonas mineras e industriales, Paraguay presenta riquezas en magnesio, hierro, arcillas, piedras semi preciosas, oro y fertilizantes para el sector agropecuario del país, en cuanto a Bolivia el sector minero es de alta importancia en la estructura productiva del país, representa el 45% de las exportaciones, que están dirigidas a sus principales socios comerciales, Japón, China, Estados Unidos, entre otros.

Bolivia posee grandes reservas de estaño, también exportan plata, plomo y zinc, con este sector minero se esperaba que para 3M representaran ventas elevadas de elementos de protección personal, puntualmente cascos, gafas y respiradores reusables con filtros y desechables, pero el panorama es muy diferente, en mi estadía en la compañía tuve la oportunidad de asistir a una reunión con las personas de 3M Bolivia y 3M Paraguay y me dijeron; “Si tú vienes a las zonas mineras vas a decir que increíble plan de penetración de mercado hizo 3M, vas a ver productos 3M por todas partes, el problema es que el 95% de esos productos son falsificados” y estos productos falsificados tienen un valor comercial por debajo del 50% respecto al producto original, esta diferencia de costos y la falta de conciencia de empresas y trabajadores por su seguridad hacen que la compra de estos productos representen un ahorro al interior de las empresas. (Sarmiento Calle & Bustos Anaya, 2019)

El presente documento tiene como finalidad identificar los problemas de mercadotecnia que presenta el negocio de equipos de protección personal de la marca 3M en Paraguay y Bolivia,

con el fin de diseñar un adecuado plan de marketing, aprovechando la información que se pueda alojar en la web, pues al no poder estar en los países observando cómo es la dinámica comercial en las zonas minero-industriales se limita el documento a los estudios e información encontrada en internet.

Los resultados obtenidos en este documento se espera que sean aplicados por la compañía para incrementar las ventas en estos mercados, el documento está dirigido principalmente al departamento de Personal Safety Department de los países de Bolivia y Paraguay, se van a analizar el crecimiento y desarrollo comercial de las dos zonas para, con los datos obtenidos desarrollar la estrategia de marketing.

Propuesta de Mejora.

Para mejorar las ventas de equipos de protección personal en estos dos mercados se propone, aplicar un plan de marketing orientado a lo educativo y a recuperar clientes perdidos, enseñándoles y explicando al mercado por qué nuestros productos se diferencian de la competencia y porque es importante no escatimar en dinero cuando de cuidar la salud se trata.

Es importante posicionar la marca 3M en la mente de los consumidores, porque a pesar de que 3M tiene una gama muy amplia de productos y está presente en casi todos los hogares, las personas cuando escuchan de 3M no tienen información de esta compañía y en promedio 7 de 10 personas no sabe a qué se dedica esta empresa, es aquí donde por medio del branding se busca crear una conexión con los clientes y así influir en sus decisiones de compra.

Mercado meta

El sector minero en Sudamérica representa un papel muy importante en el desarrollo económico de los países de la región, pues según datos del banco mundial este sector es aproximadamente el 4% de producto interno bruto de cada país y representa entre 25% y 50% de las exportaciones de los países de la región, adicionalmente genera una gran cantidad de empleos en el continente.

En Colombia esta industria genera más de 350.000 empleos formales, en Chile que es uno de los principales actores en la industria se generan más de 700.000 empleos formales, Perú genera alrededor de 250.000 empleos formales en la industria minera. (Banco Mundial, 2020)

El principal mercado a captar en Bolivia y Paraguay es el sector minero, Industrias públicas y privadas, así como las cooperativas mineras, que representan una presencia importante en esta industria, se dice que hay más de 1.600 cooperativas registradas en Bolivia, generando así más de 500.000 puestos de empleo entre empresas públicas, privadas y cooperativas mineras en Bolivia, el mercado principal que buscamos captar son los departamentos de Potosí, La Paz y Oruro, que son las zonas con mayor producción minera.

Si bien el sector minero en Paraguay es bastante mas pequeño que el de Bolivia, hay Industrias, como la maquiladora que genera mas de 21.000 empleos formales en este país, el 85% de las exportaciones que realiza Paraguay bienen del rublo de las autopartes, los productos textiles, aluminios y sus derivados y productos alimenticios, es un mercado que esta en constante crecimiento y eso genera demanda de mano de obra y de productos para el cuidado personal de los trabajadores.

Seguna la organización mundial de la salud, en promedio hay dos millones de muertes por accidentes laborales en un año en todo el mundo y asegura que la principal causa es por enfermedades respiratorias y cardiovasculares. “La exposición en el lugar de trabajo a la contaminación del aire (partículas en suspensión, gases y humos) provocó 450 000 muertes”. (OMS, 2021)

Para el caso de Bolivia es un poco preocupante, pues en los ultimos tres años se han registrado mas de 22.000 accidentes laborales y cerca de 1.000 enfermedades derivadas del trabajo, según estudios de la Organización mundial de la salud se dice que la mineria, la construccion y el transporte son los sectores con mayor número de accidentes derivados de la labor. (El Pais, 2021)

““Pablo Caballero, gerente técnico de 3M, una firma que fabrica equipos industriales de seguridad dijo que, en el país, después de los accidentes de tránsito, los infortunios laborales son la segunda causa de muerte afectando directamente a las utilidades de una empresa””.

(El Pais, 2021)

Hay accidentes que se dan en la parte superficial del cuerpo y los podemos observar y atender de inmediato, pero existen otro tipo de enfermedades que se van desarrollando y se manifiestan a

largo plazo, como la pérdida de audición por la exposición a ruidos elevados o el daño en el sistema respiratorio por exposición a gases tóxicos.

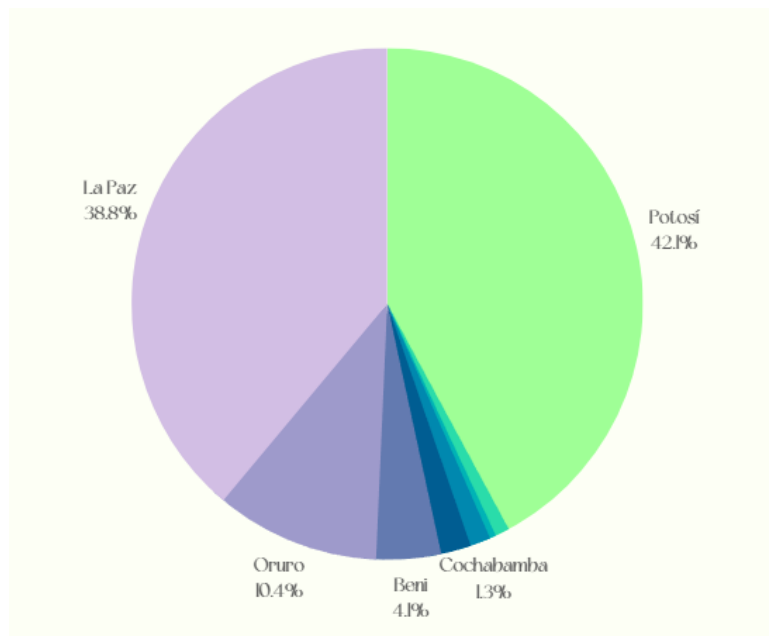
Figura 3:

Valor de Producción de Minerales por Departamentos. Enero - junio 2022(p)

(En Millones de dólares americanos)

Los 5 departamentos que más producen minerales son:

- Potosí \$1,436.000.000 USD
- La Paz \$1,326.000.000 USD
- Oruro \$354.000.000 USD
- Beni \$139.000.000 USD
- Cochabamba \$44.000.000 USD



FUENTE: Informes de producción: COMIBOL, Empresa. Metalúrgica, Vinto, Minería Mediana (Ministerio de minería y metalurgia, 2021). ELABORACIÓN: Propia

ESTRATEGIA

Vamos a hacer uso de una estrategia de marketing educativo y el branding de marca.

¿Pero qué es eso?

Pues bien, la estrategia de marketing educativo lo que busca es enseñarle a nuestros clientes porque los productos 3M son mejores que los de nuestra competencia, aquí aplicamos posters ilustrativos hacia el cuidado de la salud de los trabajadores, gracias a la alta calidad que presentan los productos 3M frente a los productos de la competencia y productos falsificados, mediante este tipo de marketing se busca generar conciencia el empresarios y trabajadores sobre el riesgo al que están expuestos sus trabajadores y la importancia de usar equipos de protección personal de la más alta calidad para evitar al máximo una lesión o enfermedad grave cuando se presente un accidente en el área de trabajo.

Al interior del departamento tenemos un equipo llamado *Fit Tester*, que básicamente es un aparato que genera ciertas partículas y se usa para realizar la prueba de ajuste a los respiradores reusables que es obligatoria en la mayoría de los países de América, esta herramienta nos puede ayudar a generar conciencia en las industrias, en ferias y campañas se pueden realizar estas pruebas a manera de concientización, para que los trabajadores observen la importancia de llevar un buen equipo de protección. La prueba consiste en que el trabajador se pone el respirador y va a llevar conectados unos ductos provenientes del generador de partículas, dicho generador va conectado a la computadora y por medio de un software se realizan 7 test en diferentes situaciones, la computadora va a arrojar si aprobó o reprobó cada prueba. Para determinar que un respirador ajusta de manera correcta se deben aprobar las 7 pruebas, cuando conectan una réplica de las que se ven en Bolivia y Paraguay, con suerte aprueba la mitad de las pruebas, esto genera un riesgo en la salud de los trabajadores, pues los expone a partículas peligrosos que pueden afectar gravemente su sistema respiratorio.

El branding de marca es el proceso para generar reconocimiento y buenas expectativas en la mente de una persona, si bien 3M es una compañía que lleva muchas décadas en el negocio, no tiene el reconocimiento que uno esperaría en el mercado, pues su manufactura es tan grande que están en todo y a la vez en nada, mediante este proceso lo que buscamos es que cuando una persona piense en equipos para la protección personal, seguridad y buena calidad lo asocie

inmediatamente con 3M, se deben generar artículos publicitarios resaltando los beneficios y cualidades de cada uno de los equipos de protección personal, el logo de la marca debe incrementar un poco su tamaño y ser ubicado en un espacio muy visible del empaque de los productos.

Se espera poder acudir a la ley boliviana frente a los sucesos de falsificación de productos 3M, está en su código penal indica en el artículo 218, que se impondrá una pena privativa de la libertad de entre 2 y 8 años cuando se de reproducción o distribución con fines de comercialización, omitiendo o alterando el nombre del autor, productor o poseedor de los derechos y que, conociendo el origen ilícito de dicha copia, la distribuya al público, almacene, ingrese o saque del país. (Gobierno de Bolivia, 1972)

En Paraguay existe la ley que protege los derechos de autor, pero más enfocado a las obras literarias y artísticas, pero en Paraguay se debe trabajar más en un plan de penetración de mercado, de posicionamiento de marca mediante el marketing, ya que donde mayormente se ve afectada la compañía por falsificación es en Bolivia, en Paraguay el problema radica principalmente en el tamaño del mercado, la competencia y el lento desarrollo del país.

2.2 TIMELINE

Se adjunta como anexo debido al tamaño del documento.

2.3 OBJETIVOS

Objetivo General

- Fortalecer e impulsar el portafolio de equipos de protección personal, mediante la implementación de un plan de marketing para incrementar las ventas y recuperar el mercado perdido en los países de Bolivia y Paraguay, que son las regiones más afectadas por la competencia y la falsificación de productos.

Objetivos específicos

- Analizar la competencia directa de 3M para poder identificar los puntos fuertes y los

aspectos a mejorar.

- Indagar las leyes que tiene cada país en temas de competencia desleal y la falsificación de productos patentados por parte de 3M.
- Diseñar un plan de marketing en un plazo no mayor a 6 meses y dejarlo a disposición de la empresa si desea aplicarlo.

2. 4 CONCLUSIONES.

El objetivo general no se ha cumplido en su totalidad, pues el mismo debe ser avalado por un comité regional en el segundo semestre de 2023, por lo cual al momento de finalización de mis practicas no había sido revisado por todo el equipo que conforma este departamento, sin embargo en medio de la investigación y recolección de datos, surgieron diversas reuniones con altos directivos de los cuales se logró captar la atención para promover la inversión a este tipo de estrategias y la priorización a dos mercados importantes para la empresa.

Se espera en un plazo no mayor a un semestre obtener apoyo e inversión en tiempo e información por parte de la empresa para enriquecer, finalizar y aplicar el plan si así lo desean, así como disponer de un equipo para visitar la zona a intervenir y generar espacios de conversación con los gobiernos de cada país para exponer los beneficios y la importancia de mantener la inversión extranjera en los territorios, buscando apoyo para combatir la ilegalidad.

En medio de la investigación se logró establecer los principales competidores de 3M en la región andina, analizar los productos e identificar oportunidades de mejora en nuestro portafolio, para que se logre posicionar la marca 3M como sinónimo de calidad. Se logra identificar que gracias a la constante inversión en innovación e investigación los productos de 3M tienen una mayor calidad y un mejor desempeño a la hora de cuidar la salud e integridad de los trabajadores gracias a las pruebas de fit test realizadas por la compañía podemos demostrar a los clientes que si bien los productos 3M son más costosos frente a la competencia, este costo de más se traduce en calidad, protección y seguridad para nuestros clientes.

Se expone la necesidad de generar artículos publicitarios, resaltando las cualidades y beneficios de cada uno de los productos del portafolio de equipos de protección personal, así mismo se propone incrementar el tamaño del logo 3M y ubicarlo en la parte más visible de cada uno de los

empaques de los productos, para incrementar el reconocimiento de marca entre los clientes finales.

Bibliografía

3M. (2018). *Código de conducta*. St. Paul: 3M. Retrieved 12 01, 2022 from

<https://multimedia.3m.com/mws/media/1615906O/codigo-de-conducta-final.pdf>

3M. (2020, 12 01). *3M Corporate Brochure*. Retrieved 12 01, 2022 from 3M España:

<https://multimedia.3m.com/mws/media/1586166O/3m-corporate-brochure-es.pdf>

3M. (2023, 02 12). *3M Colombia Acerca de* . From 3M :

https://www.3m.com.co/3M/es_CO/inicio/sobre-3m/

Banco Mundial. (2020, 09 10). *Banco Mundial*. Retrieved marzo, 2023 from La producción minera se dispara con el aumento de la demanda de energía limpia:

<https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/05/11/mineral-production-to-soar-as-demand-for-clean-energy-increases>

Caballero, P. (2022, 12 01). (S. Montaña, Interviewer) Potosi , Bolivia .

DatosMAcro. (2022, 12 15). *Datos Macro*. Retrieved 12 20, 2022 from Expansion Paraguay:

<https://datosmacro.expansion.com/paises/paraguay>

El Pais. (2021, 09 20). *Diario el Pais*. From Casi dos millones de muertes laborales se producen cada año: [https://elpais.bo/reportajes/20210920_casi-dos-millones-de-muertes-](https://elpais.bo/reportajes/20210920_casi-dos-millones-de-muertes-laborales-se-producen-cada-ano.html)

[laborales-se-producen-cada-ano.html](https://elpais.bo/reportajes/20210920_casi-dos-millones-de-muertes-laborales-se-producen-cada-ano.html)

El Pais. (2021). *El Pais*. Retrieved 12 01, 2022 from Casi dos millones de muertes laborales se producen cada año: [https://elpais.bo/reportajes/20210920_casi-dos-millones-de-](https://elpais.bo/reportajes/20210920_casi-dos-millones-de-muertes-laborales-se-producen-cada-ano.html#:~:text=Casi%20dos%20millones%20de%20muertes%20laborales%20se%20producen,accidentes%20laborales%20y%20967%20enfermedades%20ocupacionales%20cada%20a%C3%B)

[muertes-laborales-se-producen-cada-](https://elpais.bo/reportajes/20210920_casi-dos-millones-de-muertes-laborales-se-producen-cada-ano.html#:~:text=Casi%20dos%20millones%20de%20muertes%20laborales%20se%20producen,accidentes%20laborales%20y%20967%20enfermedades%20ocupacionales%20cada%20a%C3%B)

[ano.html#:~:text=Casi%20dos%20millones%20de%20muertes%20laborales%20se%20producen,accidentes%20laborales%20y%20967%20enfermedades%20ocupacionales%20cada%20a%C3%B](https://elpais.bo/reportajes/20210920_casi-dos-millones-de-muertes-laborales-se-producen-cada-ano.html#:~:text=Casi%20dos%20millones%20de%20muertes%20laborales%20se%20producen,accidentes%20laborales%20y%20967%20enfermedades%20ocupacionales%20cada%20a%C3%B)

Forbes. (2021, 08 17). *3M Colombia cumple 60 años apostándole a la ciencia y la innovación*. Retrieved 12 11, 2022 from <https://forbes.co/2021/08/17/empresas/3m-colombia-cumple-60-anos-apostandole-a-la-ciencia-y-la-innovacion>

Gobierno de Bolivia. (1972, 8 24). *InfoLeyes Bolivia*. Retrieved 03 12, 2023 from InfoLeyes Bolivia: <https://bolivia.infoleyes.com/norma/1401/codigo-penal-cp>

Intelligence, M. (2023). *Mordor Intelligence*. Retrieved 02 11, 2023 from Mercado de equipos de protección personal: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/personal-protective-equipment-market>

Ministerio de minería y metalurgia . (2021, 05 10). *Ministerio de minería y metalurgia Bolivia*. From Situación de la minería y boletín estadístico Bolivia 2021: https://mineria.gob.bo/documentos/boletin_1t_2021.pdf

OMS. (2021). *OMS*. Retrieved 02 11, 2023 from Casi 2 millones de personas mueren cada año por causas relacionadas con el trabajo: <https://www.who.int/es/news/item/16-09-2021-who-ilo-almost-2-million-people-die-from-work-related-causes-each-year>

Sarmiento Calle, A., & Bustos Anaya, P. (2019, 03 10). *Minería en Bolivia*. Retrieved 12 01, 2022 from Minería en Bolivia implicancias en el comercio y producción: <https://www.bcb.gob.bo/webdocs/publicacionesbcb/2021/05/52/40%20-%20Mineria%20en%20Bolivia%20Implicancias%20en%20el%20comercio%20y%20producci%C3%B3n.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1. Timeline de prácticas

Fecha	Actividades	Limitaciones	Logros
Julio	Inducción en el departamento de PSD, Explicación de las dos principales campañas de ventas del departamento, Explicación de las plataformas y bases de datos que iba a necesitar en mi tiempo de practicas	Disposición de tiempo de las supervisoras. Dificultad y poco conocimiento respecto a la solicitud de estos accesos	Entendí el funcionamiento de las dos grandes campañas de marketing que había en ese momento: Respira seguro, que aquí se promocionaba toda la línea de respiradores desechables y reusables y Integrated Solutions, aquí se fortalecía el uso de los demás elementos de protección personal, mediante un marketing educativo que daba a entender la importancia del uso de estos elementos. Al ser plataformas de información confidencial, la solicitud de aprobaciones y pasar por una larga inspección, debido al poco tiempo disponible de mis supervisoras fue un proceso que realice en gran parte solo, pero esto me ayudó a crear amistades dentro de la empresa y fortalecer mi habilidad de resolución de problemas.
Agosto	Reunión con el equipo de diseño que se encarga de realizar todo el material para las campañas de	Manejo de Excel Variedad en listas vs sistema en	El reunirme con el equipo de marketing fue una experiencia agradable, me enseñaron como ellos realizaban la publicidad, cuanto se tardaban y los insumos que yo debía compartirles

	<p>marketing,</p> <p>Explicación del reporte que debía generar semanalmente para llevar una adecuada trazabilidad de los gastos dentro del departamento y control del presupuesto asignado,</p> <p>Revisión y comparación de las listas de precios y la descripción de cada producto, frente al sistema de cada uno de los cinco países</p>	<p>muchos productos</p>	<p>cuando necesitara un elemento publicitario</p> <p>Logré realizar un control efectivo en los gastos del presupuesto del departamento, generando reportes claros y cifras reales para dar un control y orientar a al líder de cada división sobre los gastos futuros que se podían aprobar y cuales se debían posponer</p> <p>Culminar con éxito esta larga tarea y ofrecer esos archivos a los vendedores para que pudieran apoyarse al momento de realizar ventas, ofreciendo descripciones y precios reales al cliente</p>
Septiembre	<p>Revisión y creación de un reporte para visualizar las oportunidades de ventas ganadas, abiertas y perdidas</p> <p>Reunión con personas de 3M Bolivia y 3M Paraguay para iniciar la recolección de información necesaria para mi</p>	<p>Aprobación del acceso para obtener la información</p>	

	plan de mejora		
Octubre	<p>Investigación y recolección de datos financieros y económicos de la compañía para mi trabajo de grado</p> <p>Visita a la bodega de SIBG, donde se almacenan equipos de prueba y muestras de productos, para realizar un inventario inicial</p>	Poca información disponibles, la mayoría es confidencial	Creación de un archivo para llevar un control efectivo y acertado de la mercancía que se encuentra dentro de la bodega
Noviembre	<p>Elaboración de flyers para un nuevo respirador desechable dirigido al sector salud</p> <p>Reunión y negociación con proveedores de cada uno de los 5 países para cotizar elaboración de artículos de merchandising y regalos para clientes</p>		Logré contactar y negociar con múltiples proveedores para la elaboración de artículos de merch y regalos de sorteos, seleccionando de manera asertiva la mejor opción para el departamento en cada uno de los casos

<p>Diciembre</p>	<p>Consolidación información plan de marketing</p> <p>Evento de lanzamiento respirador desechable Aura</p>		<p>Presentación de los flyers informativos que tuve a mi cargo</p>
<p>Enero</p>	<p>Elaboración de una presentación guía para el nuevo practicante</p> <p>Consolidación de tareas pendientes y recopilación de archivos para entregar al nuevo practicante</p> <p>Finalización de práctica, entrega de herramientas y archivos que serán de gran utilidad para el nuevo practicante</p>		<p>Logré elaborar una presentación donde consolidaba todo mi proceso y tareas a lo largo de mi práctica, para que el nuevo practicante la usara como guía en la ejecución de sus actividades</p>