

## **Información Importante**

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea del CRAI-Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la CRAI-Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

**Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación, CRAI-Biblioteca**

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

# **INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL**

## **Informe de práctica empresarial en Acopi Regional Santander**

**Daniela Ardila Lázaro**

**Tutor**

**Mg. Jorge Alberto Gómez Serpa**

**Director Centro de Consultoría Empresarial**

**Universidad Santo Tomas seccional Bucaramanga**

**Universidad Santo Tomás de Bucaramanga**

**División de Ciencias Económicas y Administrativas**

**Facultad de Negocios Internacionales**

**2017**

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

### Agradecimientos

**A Dios**, por sembrar en mí sabiduría, fortaleza e iluminó mi mente para seguir adelante y otorgarme la gran bendición de alcanzar esta gran meta.

**A mis padres**, Luz Edith Lázaro y Daniel Ardila Miranda, por darle color a mi vida y confiar siempre en mí, he encontrado mi camino, mi razón de ser.

**A mis familiares**, de quienes he recibido siempre apoyo sincero y educado según sus convicciones, en principios, valores y creencias. Quienes despertaron en mí el interés por investigar, la pasión por descubrir el mundo.

**A mis compañeros y amigos**, con los cuales compartimos esta etapa, y con los que aprendimos a reconocer, aceptar y tolerar las diferencias, construyendo vínculos en base a las fortalezas de cada uno para alcanzar logros en común.

**A la Universidad Santo Tomás en convenio con la Universidad de Valparaíso, Johnson & Wales University, Centro Consultoría empresarial USTA, ACOPI regional Santander e instituciones de apoyo**, por brindarme la posibilidad de acceder a una educación de calidad que promueve la formación integral de la persona; abierta al intercambio cultural con visión de futuro, adapta sus currículos a los cambios, capacitando e integrando al mercado laboral.

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

### Glosario

**a) Ambiente virtual:** es el medio en el cual se realizan simulaciones de actividades que encontramos en la vida cotidiana, esto lo hacemos con el propósito de llevarlas a un ambiente controlado y analizarlas con mayor profundidad. (Universidad Militar Nueva Granada, s.f.)

**b) Base de datos:** son recursos que recopilan todo tipo de información, para atender las necesidades de un amplio grupo de usuarios. Su tipología es variada y se caracterizan por una alta estructuración y estandarización de la información. ((UGR), 2015)

**c) E-commerce o comercio electrónico:** es una distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet. (Merino, 2015)

**d) Estudio de mercados:** es la recopilación sistemática, el registro y el análisis de los datos acerca de los problemas relacionados con el mercado de bienes y servicios. (González, s.f.)

**e) Feria virtual:** es una plataforma orientada a disminuir los costos al momento de establecer relaciones comerciales con potenciales clientes. (TSM TRADE MISSIONS & SHOW MANAGEMENT LTDA , 2017)

**f) Inteligencia de Mercado:** el diseño sistemático, recolección, análisis y presentación de la información y descubrimientos relevantes para una situación de mercadotecnia específica a la que se enfrenta la empresa. (Córdoba Gutiérrez Ana Milena, 2013)

**g) Marketing digital:** es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. (Amaro, 2014)

**h) Networking:** es una actividad metódica y sistemática que consiste en buscar contactos con otras personas, establecer relaciones y mantenerlas a largo plazo. (Gonzalez, 2014)

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

**i) Redes sociales:** conjunto de puntos (actores sociales) vinculados por una serie de relaciones que cumplen determinadas propiedades. (Santos)

**j) Sistema de Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias (PQR):** es una herramienta que nos permite conocer las inquietudes y manifestaciones que tienen nuestros grupos de interés para que tengamos la oportunidad de fortalecer nuestro servicio y seguir en el camino hacia la excelencia operativa. (Intertek Group plc, s.f.)

**k) Zona Franca:** son áreas geográficas delimitadas dentro del territorio colombiano, en donde se desarrollan actividades industriales de bienes y de servicios, o actividades comerciales, bajo una normatividad especial en materia tributaria, aduanera y de comercio exterior. (ANDI-Asociación Colombiana de empresarios de Colombia, s.f.)

**INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL****Contenido**

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Resumen .....                         | 9  |
| Introducción .....                    | 10 |
| 1. Justificación.....                 | 11 |
| 2. Objetivos .....                    | 12 |
| 2.1 Objetivo General .....            | 12 |
| 2.2 Objetivos Específicos.....        | 12 |
| 3. Perfil de la empresa .....         | 13 |
| 3.1 Reseña Histórica.....             | 13 |
| 3.2 Misión institucional.....         | 13 |
| 3.3.Visión institucional .....        | 13 |
| 3.4 Estructura Organizacional .....   | 14 |
| 3.5.Portafolio de Servicios .....     | 15 |
| 4. Cargo y funciones.....             | 16 |
| 4.1. Cargo .....                      | 16 |
| 4.2. Funciones .....                  | 16 |
| 4.3 Descripción de las funciones..... | 16 |
| 7. Conclusión.....                    | 42 |
| 8. Recomendación .....                | 43 |
| 9. Referencias bibliográficas .....   | 44 |

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

### Lista de Tablas

|          |                                                                                    |    |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1  | Parámetro de Inteligencia de Mercados, 2017 .....                                  | 17 |
| Tabla 2  | Datos alcanzados en inteligencia de mercados para oferta internacional, 2017 ..... | 18 |
| Tabla 3  | Datos alcanzados en inteligencia de mercados para oferta nacional, 2017 .....      | 19 |
| Tabla 4  | Convocatoria de Aliados Institucionales, 2017 .....                                | 24 |
| Tabla 5  | Modelo mailing programa ACOPI, 2017 .....                                          | 25 |
| Tabla 6  | Contactos Institucionales del programa ACOPI, 2017 .....                           | 28 |
| Tabla 8  | Soporte documental de inscripciones de expositores y/o compradores, 2017.....      | 32 |
| Tabla 9  | Actividades coordinadas para el desarrollo de la feria, 2017 .....                 | 33 |
| Tabla 10 | Contenido para elaboración de piezas publicitarias de ACOPI GLOBAL, 2017 .....     | 36 |

**INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL****Lista de Figuras**

|                                                                                             |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 Estudio de mercado para ACOPI FASHION, 2017 .....                                  | 23 |
| Figura 2 Cronograma de seguimiento a inscripción de expositores y/o compradores, 2017 ..... | 31 |
| Figura 3 Publicación en redes Programa AMBIENTE VIRTUAL, 2017 .....                         | 37 |
| Figura 4 Publicación en Redes Sociales Fase Prefería, 2017 .....                            | 38 |
| Figura 5 Publicaciones redes Sociales Fase Pos Feria, 2017 .....                            | 39 |
| Figura 6 Publicaciones en redes sociales Lanzamiento AMBIENTE VIRTUAL. 2017 .....           | 40 |

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

### Resumen

El principal objetivo de este informe de práctica empresarial ha sido coordinar la feria especializada en toda la oferta de moda infantil, adulta, calzado, joyería y turismo en la región como estrategia de resolución a los problemas de disminuir los costos en el momento de establecer relaciones comerciales con potenciales clientes, aumentar el volumen de venta, lanzar nuevos productos o soluciones, desarrollar tecnología 3D en portafolios y vivir experiencias digitales. De esta forma, he realizado un informe de campo en el sector moda, observado que cada vez estamos más interconectados a través de múltiples tipos de redes, y la especie humana va modificando sus hábitos, adaptándose al uso de las nuevas tecnologías. Así, que siguiendo el diseño instruccional del networking, logramos desarrollar una herramienta más efectiva para incrementar los negocios y conseguir objetivos individuales y colectivos.

**Palabras Claves:** Inteligencia de Mercado, Ambiente Virtual, marketing digital, Networking, Redes sociales, mailing, y tecnología 3D.

### Abstract

The objective of this business practice report has been to coordinate the specialized fair in all the offer of children's fashion, adult, footwear, jewelry and tourism in the region as a resolution strategy to the problems of reducing costs when establishing business relationships with potential customers, increase sales, launch new products or solutions, develop 3D technology in portfolios and live digital experiences. In this way, I have done a field report in the fashion sector, observing that we are increasingly interconnected through multiple types of networks, and the human species is changing their habits, adapting to the use of new technologies. Thus, following the instructional design of networking, we were able to develop a more effective tool to increase business and achieve individual and collective goals.

**Key Words:** Market Intelligence, Ambiente Virtual, Digital Marketing, Networking, Social media, Emailing, and 3D Technology.

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

### Introducción

En el presente informe de práctica empresarial se coordina el desarrollo óptimo de la primera plataforma de FERIA VIRTUAL de la región que permite el acercamiento entre empresarios a través de contactos directos, encaminado al fortalecimiento de distintas formas de cooperación empresarial, así como con instituciones de liderazgo nacional e internacional en áreas de negocios, contribuyendo de esta forma a mejorar el nivel de competitividad de las PYMES colombianas para lograr su inserción o consolidación en los mercados.

De esta forma, el principal planteamiento que se pretende demostrar a lo largo de este informe consiste en afirmar que las plataformas de ferias virtuales y las tendencias digitales están orientadas a disminuir los costos en el momento de establecer relaciones comerciales con potenciales clientes, aumentar el volumen de venta, lanzar nuevos productos o soluciones, desarrollar tecnología 3D en portafolios y vivir la experiencia digital. Es por esta razón, se plantean la asignación de las funciones y estrategias comerciales del programa AMBIENTE VIRTUAL, que permitió experimentar el enfoque de habilidades comerciales de la carrera y llevó a plantear temas que evidentemente tendrían un mayor impacto sobre el sector moda, beneficiando los proyectos que se alcanzaron en alianza institucional.

Adicionalmente, en el transcurso de las prácticas se observó el compromiso que tienen los compañeros de trabajo con todas las actividades y proyectos que se plantearon; sin embargo, el uso de las tecnologías no es tan frecuente y esto nos permitió desarrollar habilidades en el contexto digital. Por lo tanto, el desarrollo se centró en el uso de dichas tecnologías para que conocieran cómo emplearlas correctamente para su beneficio. Por último se presentan las conclusiones y recomendaciones del proceso empresarial.

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

### 1. Justificación

Este informe de práctica empresarial se realiza porque existe la necesidad de mejorar el nivel de desempeño del sistema moda y turismo bajo las mega tendencias digitales, utilizando como referencia las plataformas de ferias virtuales que están orientadas a disminuir los costos en el momento de establecer relaciones comerciales con potenciales clientes, aumentar el volumen de venta, lanzar nuevos productos o soluciones, desarrollar tecnología 3D en portafolios y vivir la experiencia digital.

Desde la experiencia del gremio, al estudiante se le posibilita el acceso a los escenarios y las estrategias necesarias para el manejo de herramientas de consulta especializada, creación de diseño, actualización y manejo de datos. De tal manera que asumir los conocimientos con las realidades sea una experiencia innovadora y participativa para los escenarios laborales y poder tomar como fundamentos de la formación el enfoque crítico en los diferentes tipos de intervención empresarial.

## **INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL**

### **2. Objetivos**

#### **2.1 Objetivo General**

Coordinar la primera feria virtual del sistema moda y turismo de la red social de negocios ACOPI GLOBAL maximizando su potencial, optimizando las redes de contactos calificados y desarrollando tecnología 3D.

#### **2.2 Objetivos Específicos**

- 2.2.1** Realizar inteligencia de mercados para seleccionar los países y perfiles de compradores invitados a la feria.
- 2.2.2** Identificar compradores nacionales e internacionales con la finalidad de vincularlos como expositores y/o compradores a la feria.
- 2.2.3** Realizar seguimiento de inscripciones a expositores y/o compradores vinculados al programa.
- 2.2.4** Apoyar la logística de las actividades, convocatorias y cursos vinculados al programa de ACOPI GLOBAL.
- 2.2.5** Diseñar estrategias de promoción, comunicación y comerciales para un óptimo desarrollo ferial.

## **INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL**

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

#### **3.1 Reseña Histórica**

ACOPI es una entidad sin ánimo de lucro, una Federación Nacional de la MIPYME, Fundada el 27 de agosto de 1951, como resultado de la Fusión de entidades a fines del orden regional que existían en ese momento en cuatro de las más importantes ciudades del país.

Como ente autónomo se creó Acopi Seccional Santander, haciendo parte de la Federación Nacional Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

La experiencia acumulada por Acopi Seccional Santander en el fortalecimiento y promoción de las MiPymes a través de desarrollo de diferentes estrategias innovadoras, que impactan el crecimiento empresarial en la región, favoreciendo la empleabilidad, la internacionalización de productos y servicios, el desarrollo del capital humano, la innovación social, son la mejor carta de presentación de nuestra organización.

#### **3.2 Misión institucional**

ACOPI, Fomentar el desarrollo del sector de la pequeña y mediana empresa, así como de la microempresa de acumulación con un criterio de bienestar y progreso para la región Centro Occidente, dentro de los preceptos de la economía social y ecológica de mercado, en pro de una democracia auténtica, bajo principios de libertad, justicia y solidaridad.

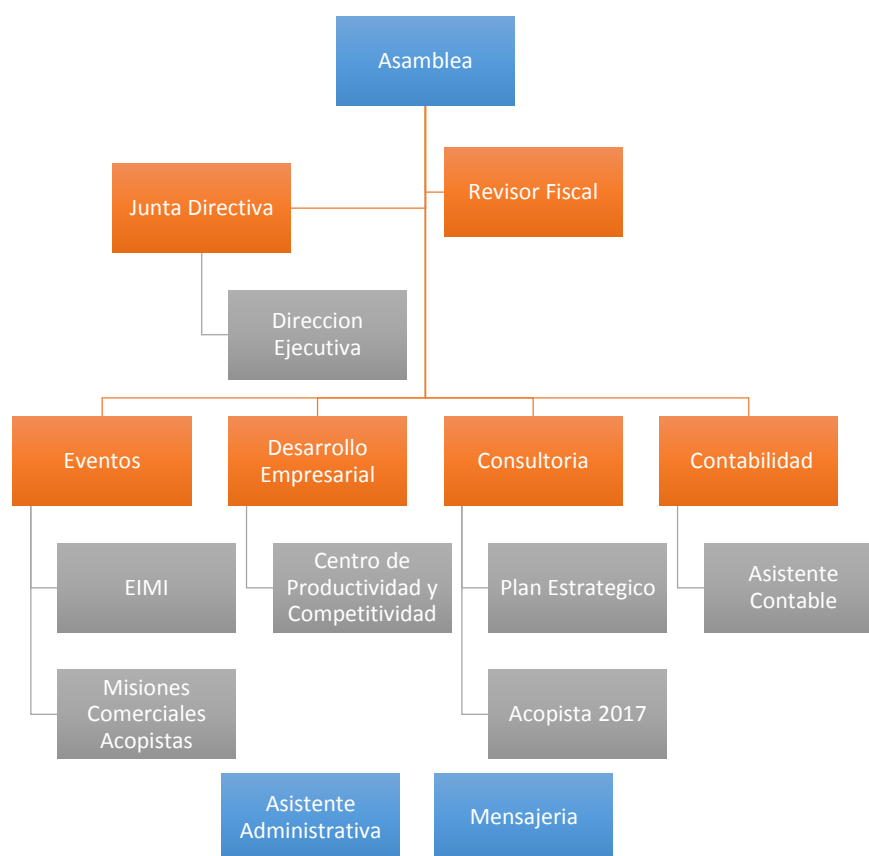
#### **3.3. Visión institucional**

Para el 2020, ACOPI Seccional Santander estará consolidado como el gremio más reconocido en representatividad y servicio de valor agregado a las micros, pequeñas y medianas empresas de

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

la región Santandereana, impulsando el tejido empresarial de nuestros afiliados, aumentando su productividad y competitividad, con el fin que puedan alcanzar un desarrollo sostenible y sustentable.

### 3.4 Estructura Organizacional



*Figura 1 Estructura Organizacional de ACOPI Santander*

Nota: \* Estructura organizacional. Adaptado de “Acopi Regional Santander”, Elaboración propia del autor, 2017.

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

### 3.5. Portafolio de Servicios

ACOPI SECCIONAL SANTANDER maneja los siguientes servicios;

- 3.5.1. Capacitaciones, convenios y misiones.** A través de la red de aliados conformada por entidades del sector público y privado, identifica, formula, presenta proyectos y propuestas para la implementación de acciones tendientes al mejoramiento, sostenibilidad y crecimiento de las Mipymes, con el fin de lograr buenas prácticas de gestión empresarial y social.
- 3.5.2. Relaciones corporativas con el fin de promover proyectos, eventos y ferias empresariales.** Promueve y facilita negocios mediante la realización de eventos y ferias comerciales con el fin de acceder a nuevos mercados y mejorar las oportunidades de negocios.
- 3.5.3. Oferta de programas de formación empresarial como seminarios, talleres, cursos y conferencias.** Cuenta con programas de formación para los empresarios de la región, dirigidos por un grupo de consultores y aliados estratégicos con la finalidad de incrementar los niveles de conocimiento para alcanzar objetivos empresariales.

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

### 4. Cargo y funciones

#### 4.1. Cargo

Coordinadora de la feria Ambiente Virtual bajo la red social de negocios ACOPI GLOBAL, pabellón fashion (Confecciones, calzado).

#### 4.2. Funciones

- 4.2.1 Realizar inteligencia de mercados para seleccionar los países y perfiles de compradores invitados a la feria.
- 4.2.2 Identificar compradores nacionales e internacionales con la finalidad de vincularlos como expositores y/o compradores a la feria.
- 4.2.3 Realizar seguimiento de inscripciones a expositores y/o compradores vinculados al programa.
- 4.2.4 Apoyar la logística de las actividades, convocatorias y cursos vinculados al programa de ACOPI GLOBAL.
- 4.2.5 Diseñar estrategias de promoción, comunicación y comerciales para un óptimo desarrollo ferial.

#### 4.3 Descripción de las funciones

En función de las actividades entregadas se describen las tareas específicas y las responsabilidades generales. Algunas descripciones de funciones incluyen lista de las cualificaciones, metodología, instrumentos, recursos utilizados y resultados obtenidos.

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

### 4.3.1 Realizar inteligencia de mercados para seleccionar los países y perfiles de compradores invitados a la feria.

Se identificó oportunidades comerciales, a través de la consulta de bases de datos, estudios de mercados, indicadores, perfiles de países y reportes con temas relevantes del comercio exterior del sistema moda (Confecciones y calzado para adulto).

Acciones a Ejecutar,

- a) Identificar el tamaño de mercado.
- b) Investigar tendencias de mercado.
- c) Identificar las principales marcas, compañías en los países seleccionados.
- d) Conectar en redes y actualización de datos por empresa.
- e) Elaborar estudios de mercado del sector y países seleccionados.

*Tabla 1*

*Parámetro de Inteligencia de Mercados, 2017*

| Parámetro                 | Criterios                                                                                                        | Resultado                                                                                |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| (1) Fuente de consulta    | Bases especializadas de comercio exterior                                                                        | Legiscomex<br>Euromonitor International.<br>Trade Map<br>Wisertrade                      |
|                           | Bajo el perfil de los usuarios de la red se identificó la partida arancelaria específica                         | <b>Confecciones para adulto:</b><br>Capítulos 60,61,62,63<br><b>Calzado:</b> Capitulo 64 |
| (2) Búsqueda especificada | Bajo necesidades de los usuarios interesados en participar (Descripción del producto fabricado o comercializado) | <b>Confecciones para adulto:</b><br>Capítulos 60,61,62,63<br><b>Calzado:</b> Capitulo 64 |

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

|                           |                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                           | Fuentes de consultas especializadas basados en la apuesta comercial de ACOPI GLOBAL                                                                                                                                                                  | <b>Principales bloques comerciales:</b> NAFTA, Triangulo norte, Alianza del pacifico, Mercosur, Unión Europea                                                                                                                                                                                                              |
| (3) Selección de mercados | Bajo selección de los expositores del sistema moda (Confecciones, calzado) según pabellón fashion<br>Bajo tendencias de redes sociales (Facebook, Instagram) se idéntica compradores nacionales y expositores en el mercado nacional e internacional | <b>Perfil de compradores para confecciones para adulto:</b><br>Perú, Costa Rica, USA, Canadá<br><b>Nacional:</b> Bucaramanga, Bogotá, Medellín, Cúcuta, Barranquilla, Cartagena, Santa Marta, Ibagué, Valledupar, Cali.<br><b>Internacional:</b> USA, Argentina, España, Perú, Mexico, Puerto Rico, Chile, Brasil, Ecuador |

Nota: \* Número de criterios básicos planificados para la inteligencia de mercados, en cada uno de los sectores (Confecciones y calzado). Adaptado de “Legiscomex, Euromonitor International.

Trade Map, Wisertrade”, Elaboración propia del autor, 2017.

Alcance de la inteligencia de mercados según parámetros encontrados;

*Tabla 2*

*Datos alcanzados en inteligencia de mercados para oferta internacional, 2017*

| Sector                                                       | Compradores                                                                           | Fabricantes                                                 | Proveedores                                                                      |
|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Confecciones para adulto:</b><br>Capítulos<br>60,61,62,63 | CANADA: 8.802<br>COLOMBIA : 1.084<br>COSTA RICA :27<br>PERU :587<br>ESTADOS UNIDOS: 3 | COLOMBIA: 400<br>COSTA RICA: 16<br>CANADA: 291<br>PERU: 267 | COLOMBIA: 2.040<br>COSTA RICA: 5<br>PERU: 518<br>CANADA: 67<br>ESTADOS UNIDOS: 1 |
| <b>Total</b>                                                 | <b>10.503</b>                                                                         | <b>974</b>                                                  | <b>2.631</b>                                                                     |

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

|                                |                                                                |                                   |                          |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------|
| <b>Calzado:</b><br>Capítulo 64 | PERU: 598<br>ESTADOS UNIDOS: 1<br>COSTA RICA: 8<br>CANADA: 748 | COLOMBIA:<br>1.043<br>PERU: 1.241 | COLOMBIA: 72<br>PERU: 29 |
| <b>Total</b>                   | <b>1.355</b>                                                   | <b>2.284</b>                      | <b>101</b>               |

*Tabla 3*

*Datos alcanzados en inteligencia de mercados para oferta nacional, 2017*

| <b>Sector</b>                                                | <b>Confecamaras<br/>Compradores,<br/>Fabricantes,<br/>Proveedores</b>        | <b>Asoinducal<br/>Compradores,<br/>Fabricantes,<br/>Proveedores</b> | <b>Colombia Moda<br/>Compradores,<br/>Fabricantes,<br/>Proveedores</b> |
|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| <b>Confecciones para adulto:</b><br>Capítulos<br>60,61,62,63 | ANTIOQUIA: 2224<br>VALLE DEL CAUCA:<br>1150<br>RISARALDA : 172<br>NARIÑO: 51 | SANTANDER: 204                                                      | NACIONAL:<br>438                                                       |
| <b>Calzado:</b><br>Capítulo 64                               | ATLANTICO : 626<br>BOGOTA: 5958<br>SANTADER: 7459                            |                                                                     |                                                                        |
| <b>Total</b>                                                 | <b>17.640</b>                                                                | <b>204</b>                                                          | <b>438</b>                                                             |

Nota: \* Número de datos alcanzados en inteligencia de mercados para red, en cada uno de los sectores (Confecciones y calzado). Adaptado de “Confecamaras, asoinducal, Colombia moda”,

Elaboración propia del autor, 2017.

Los siguientes estudios se realizaron para cada sector del AMBIENTE VIRTUAL, en virtual a los mercados solicitados por los expositores de ACOPI FASHION (Confecciones, calzado, marroquinería, bisutería y/o accesorios).

- a) Número de países seleccionado: 5.

# INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

- b) Mercados seleccionados: Estados Unidos, Canadá, Costa Rica, Colombia, Perú.
- c) Tendencias destacadas: Compra en omnicanal, tendencia athisure o ropa deportiva.

## ACOPI FASHION

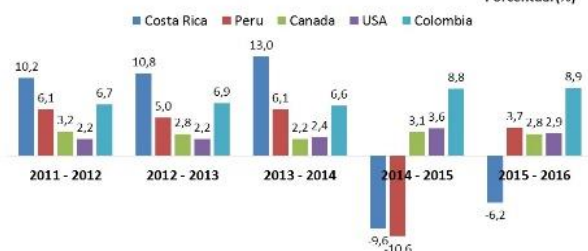
(Confecciones, calzado, marroquinería, bisutería y/o accesorios)



### AMERICA

Tamaño del Mercado/Market Sizes

Ropa y Calzado Porcentual(%)



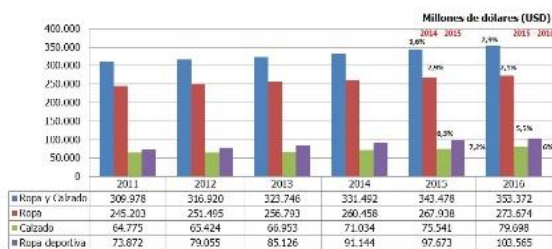
Tamaño del mercado (%)

- Boom de los commodities en los mercados internacionales
- Depreciación de moneda locales respecto al dólar



### ESTADOS UNIDOS

Tamaño del Mercado/Market Sizes



Lento crecimiento (2016)

- Fuerte apreciación del dólar estadounidense.
- La ropa deportiva continuó registrando un fuerte crecimiento, gracias a la tendencia de salud y bienestar.



### ESTADOS UNIDOS

Acción de marca/ Brand Shares



Marcas de moda rápida (fuerte crecimiento)

- Boom de la moda activa



### ESTADOS UNIDOS

Acción de marca/ Brand Shares



Marcas y venta en línea (Fuerte crecimiento)

- Venta al por menor de Internet o en sitios web
- Nueva experiencia de compra Omni-channel



### ESTADOS UNIDOS

Tendencias/ Nike Soho New York

Esto es lo que TU NIKE + PASS PUEDE HACER

Más rápido check-in EVENTOS Y SESIONES

Desde los eventos online en la vida para su tienda Nike + Run Club y eventos Nike + Club de moda, el negocio con su Nike + Pass lo puede hacer más rápido.

FÁCIL DEVOLUCIÓN RECIBO-LIBRE

Para devolver los productos Nike + Run Club o Nike + Club de moda, solo regístrate en una tienda Nike + Club con su Nike + Pass. Pasado el tiempo de devolución.

Orientación personalizada

Únete a Nike + Pass para regístrate en una tienda Nike + Club con el acompañamiento de un experto Nike + Pass y obtén una experiencia de compra Nike + Club personalizada.

Descarga una aplicación Nike + Pass

YOUR NIKE + PASS

Descarga la aplicación Nike + Pass en tu dispositivo móvil.

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

¡Descarga la aplicación Nike + Pass!

# INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

## ESTADOS UNIDOS

### Tendencias/Instagram



Instagram permitirá a las marcas etiquetar productos dentro de las imágenes

Marcas minoristas con sede en EE.UU.:

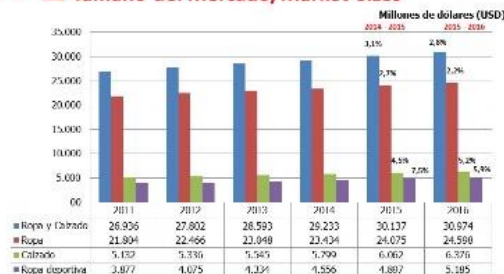
- Abercrombie & Fitch
- BaubleBar
- Chubbies
- Coach
- Hollister
- J.Crew
- JackThreads
- Kate Spade Nueva York
- Levi's Brand
- Lulus, Macy's
- Michael Kors
- MVMT Relojes
- Target
- Tory Burch
- Warby Parker
- Shopbop.

Marcas y venta en línea  
(Fuerte crecimiento)

Los reproductores de medios sociales como Facebook, Instagram, Twitter y Pinterest están introduciendo herramientas de compra.

## CANADÁ

### Tamaño del Mercado/Market Sizes



Crecimiento constante en las ventas

Tendencia 'athleisure' o la ropa deportiva  
Tendencias de salud y bienestar

## CANADÁ

### Acción de marca/ Brand Shares



Marcas de moda rápida  
(fuerte crecimiento)

Ropa deportiva como Nike y Adidas, gracias a la Tendencia 'athleisure' o la ropa deportiva

## CANADÁ

### Acción de marca/ Brand Shares



Comercio por Internet  
fuerte crecimiento  
(pero enfrenta limitaciones)

La popularidad de las compras  
Búsqueda de ocio  
Preocupaciones por la falsificación y calidad

## CANADÁ

### Tendencias/ Ivy Park, la colección deportiva de Beyoncé para TOPSHOP

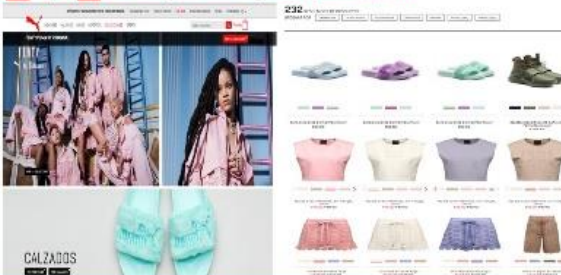


Marcas de moda rápida  
Y Marcas de lujo

Tendencia 'athleisure' o la ropa deportiva  
Fuerte énfasis en salud y bienestar, en parte vinculado al envejecimiento de la población (65 años de edad o más)

## CANADÁ

### Tendencias/ Colección Fenty Puma by Rihanna



Marcas de moda rápida  
Y Marcas de lujo

Tendencia 'athleisure' o la ropa deportiva  
Fuerte énfasis en salud y bienestar, en parte vinculado al envejecimiento de la población

# INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL



Comercio de lujo

Canada's Specialty Retailer of Luxury Brands



Tendencia ready-to-wear para marcas de precio medio (2016)

Las marcas de moda rápida como H & M enfrentan agresiva competencias en el precio  
Artículos de segunda mano de sitios en subastas de clientes a clientes.



Crecimiento en un ritmo similar al 2015

Bajas barreras a la importación de productos de China  
Reducción de la producción nacional y migración de proveedores  
Desarrollo de la venta al por menor de Internet por diferentes



MODA RÁPIDA

Inversión y el lanzamiento del comercio electrónico por los minoristas especializados  
Diversidad de productos (canal en crecimiento)



Venta al por menor de Internet

Las empresas se están adaptando rápidamente al comercio minorista digital



Los minoristas de lujo (En crecimiento)

Los consumidores de ingresos altos y medianos  
Facilidad de obtener una tarjeta de crédito

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL



Figura 1 Estudio de mercado para ACOPI FASHION, 2017

Nota:\* Número de países analizados para el pabellón ACOPI FASHION, bajo fuentes especializadas de búsqueda de Euromonitor International, “Executive summary APPAREL AND FOOTWEAR”, Elaboración propia del autor, 2017.

### 4.3.2. Identificar compradores nacionales e internacionales con la finalidad de vincularlos como expositores y/o compradores a la feria.

ACOPI GLOBAL, Convoco a los compradores (Visitante) bajo la estrategia de marketing digital orientada al envío de mailing diarios a todos los compradores inscritos y autorizados (WEB) y con el apoyo institucional de nuestros aliados (PROCOLOMBIA, CAMARA DE COMERCIO, PROPAIS) relaciono información de interés.

# INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

Tabla 4

Convocatoria de Aliados Institucionales, 2017

| Convocatoria                      | Numero mailings diarios           | Aplicada en                                                                                                                                                                            | Contacto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Mailing                                                                               |
|-----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| ACOPI GLOBAL                      | Aprox. 5.000                      | COLOMBIA,<br>CANADÁ, ESTADOS UNIDOS, MÉXICO, GUATEMALA, COSTA RICA, PANAMÁ, ECUADOR, PERÚ, CHILE, URUGUAY, ARGENTINA, REINO UNIDO                                                      | De: ACOPI Santander<br><a href="mailto:comercial2@acopiglobal.com">comercial2@acopiglobal.com</a><br>Fecha: 19 de septiembre de 2017, 09:53<br>Asunto: !!HOY NOVENO DÍA DEL AMBIENTE VIRTUAL!!-feria virtual del SISTEMA MODA Y TURISMO!!<br>Enviado por: <a href="mailto:acopiglobal.com">acopiglobal.com</a>                                                                                                               |    |
| PROCOLOMBIA                       | Aprox. 5.000 oficina en exterior  | CANADÁ, ESTADOS UNIDOS, CARIBE (MUY DIFÍCIL QUE HAYA CONEXIÓN POR EL TEMA DEL HURACÁN), GUATEMALA, COSTA RICA, ECUADOR, PERÚ, CHILE Y ARGENTINA.                                       | De: Elieth Carolina Moreno Durán<br>< <a href="mailto:emoreno@procolombia.co">emoreno@procolombia.co</a> ><br>Asunto: Invitación Compradores Internacionales - Feria Acopi Global Sistema Moda<br>Enviado por: <a href="mailto:procolombia.co">procolombia.co</a><br>Firmado por: <a href="mailto:proexportcol.onmicrosoft.com">proexportcol.onmicrosoft.com</a>                                                             |  |
| CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA | Aprox. 1.000 Ciudades de Colombia | PITALITO, CARTAGENA, MEDELLIN, NEIVA, CARTAGENA, CALI, SANTA MARTA, BARRANQUILLA, MONTERIA, VALLEDUPAR, SARAVERENA, BARRANCA, FLORENCIA, BUENAVENTURA, QUIBDO, DUITAMA, SAN VICENTE DE | De: Ana Yamile Ruiz Mancilla<br>< <a href="mailto:YAMILE.RUIZ@camaradirecta.com">YAMILE.RUIZ@camaradirecta.com</a> ><br>Para: ACOPI Santander<br>< <a href="mailto:comercial2@acopiglobal.com">comercial2@acopiglobal.com</a> ><br>asunto: RV: !!HOY INGRESA GRATIS AL TERCER DÍA DEL AMBIENTE VIRTUAL!!-feria virtual del SISTEMA MODA Y TURISMO!!<br>Enviado por: <a href="mailto:camaradirecta.com">camaradirecta.com</a> |  |

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

CHUCURI,  
BARRANCABERMEJA,  
VILLAVICENCIO,  
MONTERIA, MAICAO,  
SAN VICENTE DEL  
CAGÜÁN, IBAGUÉ,  
PASTO, YOPAL,  
NEIVA, BOGOTA,  
FONSECA,  
RIOHACHA,  
PALMIRA, ARMENIA,  
RIOHACHA,  
SINCELEJO, PEREIRA,  
CUCUTA, BELLO-  
ANT., MANIZALES

Firmado por:  
camaradirecta.o  
nmicrosoft.com

Nota:\* Número de convocatorias para los compradores (Visitante) bajo la estrategia de marketing digital orientada al envío de mailing diarios a todos los compradores inscritos y autorizados (WEB) Adaptado de “Reporte semanal de TSM”, Elaboración propia del autor, 2017.

Acciones a ejecutar,

- Redactar modelos de mailing.
- Contactar las identidades de apoyo para gestión de comunicación.

Tabla 5

*Modelo mailing programa ACOPI, 2017*

| Email         | Soporte                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kit expositor | <p><b>KIT EXPOSITOR- ACOPI GLOBAL EMI CÍRCULO DORADO-ACOP FASHION</b></p> <p>ACOP Santander: <a href="mailto:comunicacion@acopglobal.com">comunicacion@acopglobal.com</a></p> <p>Para: Con permiso, Con permiso gomez, Con franjo, Con Alberto, Con Rojas, Con Fernando, Con carlene, Con Wilma, Con representantes, Con Cristian, Con COMERCIAL, Con Liberman</p> <p>Estimado(a) Empresario(a),</p> <p>Recibe un cordial saludo de ACOPI SECCIONAL SANTANDER, Queremos agradecerle su participación al 1º EVENTO DE LA RED SOCIAL DE NEGOCIOS DEL SISTEMA HOJA Y TIEMPO (Sistema ACOPI GLOBAL) que se realizará en AMBIENTE VIRTUAL, los días 10 y 11 de Septiembre del 2017.</p> <p>A continuación información de interés:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>CONFIRME SU PAGO:</b> Una vez realizado el pago recibirá su confirmación de pago vía email, compartiendo su pago para validar.</li> <li><b>KIT DE EXPOSITOR:</b> Será su pago durante el evento, estará informado de las fechas respectivas, dentro manual del expositor.</li> <li><b>AL RECIBIR este correo, usted está aceptando los:</b> Política de Privacidad, Términos y Condiciones que se encuentran en el Manual del expositor.</li> </ol> <p><b>¡¡ TENGA UNA EXPERIENCIA INCREÍBLE DE NEGOCIOS!!</b></p> <p><b>KIT DEL EXPOSITOR</b><br/>AMBIENTE VIRTUAL</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. CONFIRMACIÓN DE PAGO EXITOSO</li> <li>2. ENVÍO DEL KIT DEL EXPOSITOR</li> <li>3. ACEPTA TÉRMINOS Y CONDICIONES</li> </ol> |

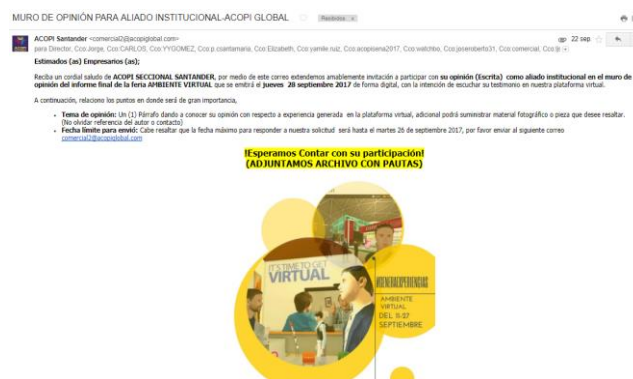
# INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

Invitación cursos especiales para  
expositores:

Invitación para presentación  
estudios de mercado - ACOPI GLOBAL

Opinión de expositores

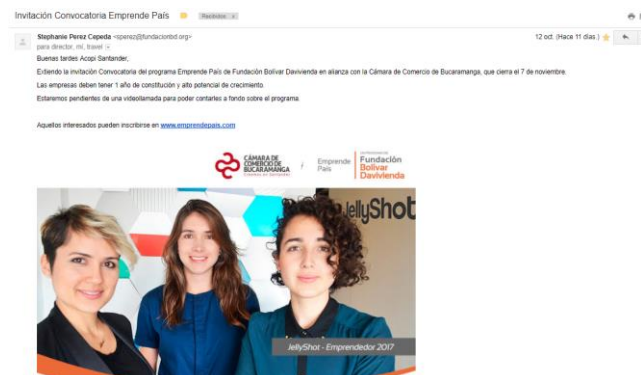
Taller para participar  
en ruedas de negocios



Tarjeta de invitación para tus Contactos-  
RED ACOPI GLOBAL



## Invitación para convocatoria Emprende País



!!Comité de carácter obligatorio para  
expositores!!



## Recordatorios de cursos especiales para expositores



# INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

## Mailing para convocatoria de compradores nacionales e internacionales

Estimado(a) Empresario(a),

Reciba un cordial saludo de ACOPI REGIONAL SANTANDER. Los invitamos al 1º EVENTO DE LA RED SOCIAL DE NEGOCIOS DEL SISTEMA MODA Y TURISMO denominada ACOPI GLOBAL que se realizará en AMBIENTE VIRTUAL, tecnología de **Silicon Valley**. El evento se realizará desde el 11 al 22 de Septiembre.

### A continuación enviamos paso a paso para realizar registro de datos:

1. SELECCIONA: Como participar en el AMBIENTE VIRTUAL de ACOPI GLOBAL.

- **COMO EXPOSITOR:** Elige el **paquete** y tipo de stand.
  - i) **CIM:** **22ª Versión (Desde 1995)** Exclusivo para empresas Fabricantes de Moda Infantil (Confecciones, calzado, accesorios y demás).
  - ii) **CÍRCULO DORADO:** **19ª Versión (desde 2007)** Empresas Fabricantes de Joyería y bisutería fina.
  - iii) **ACOPI FASHION:** **(1ª Versión)** Empresas Fabricantes del sistema moda. (confecciones, calzado, marroquinería, bisutería y/o accesorios)
- **COMO VISITANTE (AVATAR O ESCARAPELA):** En esta categoría se encuentran los empresarios, emprendedores, estudiantes, docentes, diseñadores, operarios, consultores y visitantes en general que participaran del evento. Los usuarios podrán personalizar su AVATAR según su modo de vestir a la hora de hacer negocios, donde podrá incluir su información de contacto y la imagen que lo identifique.

**Si usted es comprador o visitante, su AVATAR o ESCARAPELA será GRATIS solo con REGISTRARSE antes del 28 de Julio!**

2. REGÍSTRESE: Una vez seleccionado su forma de participación en el AMBIENTE VIRTUAL, Lo invitamos a diligenciar el REGISTRO a la red de ACOPI GLOBAL.

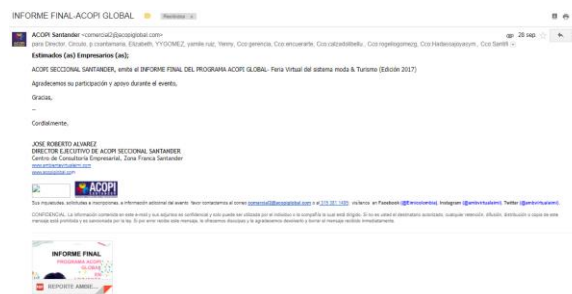
- **Link:** <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc6zpDQGw7u7nbCY80pLEZiaX3o2kwYQdUJLQc5Jk8A/viewform>

3. METODOS DE PAGO: Una vez realizado el registro en ACOPI GLOBAL, realiza el pago con las siguientes alternativas:

## Registro para diseño del Stand antes del 22 agosto



## Informe final-ACOPI GLOBAL



Nota: \* Modelo de mailing desarrollados para el programa ACOPI GLOBAL, en cada uno de los sectores (Confecciones y calzado). Adaptado de “Comité comunicacional de ACOPI”,

Elaboración propia del autor, 2017.

Tabla 6

Contactos Institucionales del programa ACOPI, 2017

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

| Institución                    | Contacto                     | Teléfono            | Correo                                                                                                                                                       |
|--------------------------------|------------------------------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Sena</b>                    | Lorena Suarez                | (+57)<br>3223659040 |                                                                                                                                                              |
|                                | Carlos abreo                 |                     | <a href="mailto:CABREO@misena.edu.co">CABREO@misena.edu.co</a>                                                                                               |
| <b>Sena (Fotógrafo)</b>        | Juan Pablo Monroy            |                     | <a href="mailto:jpmmonroy00@misena.edu.co">jpmmonroy00@misena.edu.co</a>                                                                                     |
| Cámara Comercio<br>Bucaramanga | Ana Yamile                   | (+57)<br>3156741704 | <a href="mailto:yamile.ruiz@camaradirecta.com">yamile.ruiz@camaradirecta.com</a>                                                                             |
| Gobernación de<br>Santander    | Carlos Santamaría            |                     | <a href="mailto:p.csantamaria@santander.gov.co">p.csantamaria@santander.gov.co</a>                                                                           |
| Circulo dorado                 | Jennifer Ardila              |                     | <a href="mailto:fundacioncirculodorado@gmail.com">fundacioncirculodorado@gmail.com</a>                                                                       |
| Santo Tomas                    | Jorge Alberto<br>Gómez Serpa |                     | <a href="mailto:ccemp@ustabuca.edu.co">ccemp@ustabuca.edu.co</a>                                                                                             |
| watch Bo                       | Santiago Belilla             | (+57)<br>3003900763 | <a href="mailto:info@watchbo.com">info@watchbo.com</a>                                                                                                       |
| <b>Propais</b>                 | <b>Edgar lopez</b>           | (+57) 7956420       | <a href="mailto:comunicaciones@propais.org.co">comunicaciones@propais.org.co</a><br><a href="mailto:edgarlopez@propais.org.co">edgarlopez@propais.org.co</a> |

Nota: \* Numero de aliados institucionales contactados para gestión de convocatorias nacionales e internacionales, en cada uno de los sectores (Confecciones y calzado). Adaptado de “Comité comunicacional de ACOPI”, Elaboración propia del autor, 2017.

### 6.3.1. Realizar seguimiento de inscripciones a expositores y/o compradores vinculados al programa.

Las siguientes actividades se realizaron bajo seguimiento y soporte técnico de nuestro aliado tecnológico Trade Missions & Show Management Ltda-TSM- para el desarrollo de inscripciones de expositores y/o compradores vinculados a la feria.

a) Registro de compradores WEB: Se realizaron dos (2) informes preliminares y un(1) informe de cierre de visitantes o compradores que atendieron al evento, la información contenida será enviada por TSM en las fechas estipuladas (Ver Cronograma).

# INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

b) Día de prueba de la plataforma: a cargo de TSM- desde las 14.00 horas hasta las 16.00 horas donde ingresaron todos los expositores inscritos para configurar sus credenciales y revisar que todos los materiales de cada stand estuvieran correctamente, etc...

c) Cubrimiento de prensa: Se realizó un (1) informe de apertura por ACOPI para redes y prensa; adicional se emitió diariamente un (1) informe del AMBIENTE VIRTUAL.

d) Invitación de apertura: Se envió tarjeta de invitación digital a expositores e instituciones aliadas para rueda de prensa en la Gobernación de Santander a cargo de ACOPI.

e) Auditoria del avance de la configuración del stand: a cargo de nuestro aliado tecnológico-TSM- quien emitió un (1) reporte sobre el estado de los expositores para recibir asesoría por parte de ACOPI antes del 11 de septiembre.

f) Auditoria del stand durante el evento: a cargo de nuestro aliado tecnológico TSM.

g) Auditoria del pago de las entradas a partir del 11 septiembre: Definió la estrategia de entradas liberadas sin costo para usuarios inscritos como visitantes durante la feria.

[illegible]

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

*Figura 2 Cronograma de seguimiento a inscripción de expositores y/o compradores, 2017*

Nota: \* Número de actividades desarrolladas en la feria con TSM, en cada uno de los sectores (Confecciones y calzado). Adaptado de “Comité comunicacional 24 agosto”, Elaboración propia del autor, 2017.

Acciones a ejecutar;

- a) Realizar Informe como: Preliminar de registro de compradores (web), Informe de recolección de datos en tiempo real, Informe final de compradores.
- b) Asistencia virtual en el día de prueba de la plataforma (07 sep), Informe de PQR para aliado tecnológico.
- c) Elaborar boletines de prensa, Emisión de boletines vía web.
- d) Diseñar pieza publicitaria para rueda de prensa de apertura en la Gobernación Santander.

Tabla 7

Soporte documental de inscripciones de expositores y/o compradores, 2017

| Descripción                                                                     | Soporte Fotográfico                                                                 | Día de Emisión                                | Número de Piezas |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------|
| Preliminar de registro de compradores (web)                                     |    | 8 sep                                         | 1                |
| Informe de recolección de datos en tiempo real                                  |    | 13-15 sep                                     | 1                |
| Informe final de compradores                                                    |   | 20 sep                                        | 1                |
| Informe de PQR para aliado tecnológico                                          |  | 7-20-21 sep.<br>6-8-18-15 Agosto              | 8                |
| Boletines de prensa                                                             |  | 1 Jun.-18 Jul.<br>28 Jul.-31 Jul.<br>9 Agosto | 5                |
| Pieza publicitaria para rueda de prensa de apertura en la Gobernación Santander |  | 07 sep.<br>11 sep.                            | 3                |
| Total de Informes                                                               |                                                                                     |                                               | 19               |

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

Nota: \* Número de actividades desarrolladas en la feria con TSM, en cada uno de los sectores (Confecciones y calzado). Adaptado de “Comité comunicacional 24 agosto”, Elaboración propia del autor, 2017.

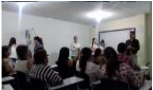
### 6.3.2. Apoyar la logística de las actividades, convocatorias y cursos vinculados al programa de ACOPI GLOBAL.

Acciones a ejecutar;

- a) Coordinar las diferentes actividades del programa empresarial ACOPI GLOBAL
- b) Diseñar instructivos, manuales del expositor, brochures, boletines.
  - Un (1) KIT EXPOSITOR que fue la guía durante el evento, informando de las fechas importantes, incluye manual del expositor, donde se encuentren las dimensiones de las imágenes y contenidos que debe contener el stand virtual.
  - Dos (2) Instructivos (Stand configurator, Instructivo en Imágenes): Siga el paso a paso para realizar su registro al stand configurator e ingreso al AMBIENTE VIRTUAL.
  - (2) Brochures comerciales edición 2017 y 2018.

Tabla 8

Actividades coordinadas para el desarrollo de la feria, 2017

| ITEM | NOMBRE                                                                                | DIRIGIDO POR | LUGAR                     | FECHA   | DURACION -Hrs | FOTOGRAFIA                                                                            |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------------------|---------|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 1    | Presentación de la Plataforma AMBIENTE VIRTUAL-Red social de negocios<br>Reunión para | ACOPI        | ZONA FRANCA SANTANDER     | 2-jun.  | 4             |  |
| 2    | Santander conociendo el programa ACOPI GLOBAL<br>Presentación AMBIENTE VIRTUAL        | ACOPI        | CAMARA DE COMERCIO        | 20-jun. | 4             |  |
| 3    | alcaldía de Floridablanca                                                             | ACOPI        | Alcaldía de Floridablanca | 15-jul. | 4             |  |

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

|    |                                                                                    |               |                                                              |                  |     |                                                                                       |
|----|------------------------------------------------------------------------------------|---------------|--------------------------------------------------------------|------------------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 4  | Reunión para Santander-Vive digital, generando oportunidad                         | ACOPI         | CAMARA DE COMERCIO                                           | 17-jul.          | 4   |    |
| 5  | Set de grabación y fotografía SENA-ACOPI                                           | ACOPI-SENA    | ESCUELA DE JOYERIA CALLE 24 # 20 - 07 - ATRÁS DE LA FISCALIA | 17-jul al 11 Ago | 128 |                                                                                       |
| 6  | Publicación gratuita Directorio Web-Ubicaya www.ubicaya.com                        | ACOPI-UBICAYA | <a href="http://www.ubicaya.com">www.ubicaya.com</a>         | 17-jul al Nov    | 20  |    |
| 7  | Entrega del Stand Virtual por ACOPI GLOBAL                                         | ACOPI         | CAMARA DE COMERCIO                                           | 31-jul.          | 4   |    |
| 8  | Creación de proyectos innovadores                                                  | ACOPI         | ZONA FRANCA SANTANDER                                        | 9-ago.           | 4   |    |
| 9  | Creación de proyectos innovadores                                                  | ACOPI         | ZONA FRANCA SANTANDER                                        | 14-ago.          | 4   |    |
| 10 | Creación de proyectos innovadores                                                  | ACOPI         | ZONA FRANCA SANTANDER                                        | 16-ago.          | 4   |    |
| 11 | Presentación de los estudios de mercados realizados para el sistema moda y turismo | ACOPI         | ZONA FRANCA SANTANDER                                        | 16-ago.          | 4   |    |
| 12 | Creación de proyectos innovadores                                                  | ACOPI         | ZONA FRANCA SANTANDER                                        | 23-ago.          | 8   |  |
| 13 | Taller rueda de negocios compre colombiano                                         | ACOPI-PROPAIS | ZONA FRANCA SANTANDER                                        | 25-ago.          | 4   |  |
| 14 | Dirección de Marketing                                                             | ACOPI         | CAMARA DE COMERCIO                                           | 28-ago.          | 4   |  |
| 15 | Rueda de negocios compre colombiano                                                | PROPAIS       | HOTEL HOLIDAY INN                                            | 30-ago.          | 8   |  |
| 16 | Dirección de Marketing                                                             | ACOPI         | CAMARA DE COMERCIO                                           | 4-sept.          | 4   |  |
| 17 | Marketing Social Digital                                                           | ACOPI         | ZONA FRANCA SANTANDER                                        | 6-sept.          | 8   |  |
| 18 | Inauguración Ambiente virtual                                                      | ACOPI         | GOBERNACION                                                  | 11-sept.         | 4   |  |
| 19 | Marketing Social Digital                                                           | ACOPI         | ZONA FRANCA SANTANDER                                        | 13-sept.         | 8   |  |
| 20 | Dirección de Marketing                                                             | ACOPI         | CAMARA DE COMERCIO                                           | 18-sept.         | 4   |  |

# INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

|    |                                                                                                                           |                                                 |                                                                                                           |                           |             |                                                                                       |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 21 | Marketing Social Digital                                                                                                  | ACOPI                                           | ZONA FRANCA SANTANDER                                                                                     | 20-sept.                  | 8           |    |
| 22 | Marketing Social Digital                                                                                                  | ACOPI                                           | ZONA FRANCA SANTANDER                                                                                     | 27-sept.                  | 4           |                                                                                       |
| 23 | Curso de Innovación                                                                                                       | ACOPI                                           | CAMARA DE COMERCIO                                                                                        | 2-oct.                    | 4           |                                                                                       |
| 24 | Marketing Social Digital                                                                                                  | ACOPI                                           | ZONA FRANCA SANTANDER                                                                                     | 4-oct.                    | 4           |                                                                                       |
| 25 | Curso de Innovación                                                                                                       | ACOPI                                           | CAMARA DE COMERCIO                                                                                        | 9-oct.                    | 4           |                                                                                       |
| 26 | Curso virtual de profundización y acompañamiento "Estrategias de mercadeo para mejorar las ventas"                        | ACOPI-BANCOLDEX                                 | Virtual                                                                                                   | 10 oct al 06 Nov          | 28 Sesiones |                                                                                       |
| 27 | 1 er TALLER DE PREPARACIÓN DE OFERTA                                                                                      | ACOPI-PROPAIS                                   | Sede administrativa del SENA (Calle 15#27-37) Aula 205                                                    | 6-oct.                    | 4           |                                                                                       |
| 28 | Curso de Innovación                                                                                                       | ACOPI                                           | CAMARA DE COMERCIO                                                                                        | 16-oct.                   | 4           |                                                                                       |
| 29 | Curso de Innovación                                                                                                       | ACOPI                                           | CAMARA DE COMERCIO                                                                                        | 23-oct.                   | 4           |                                                                                       |
| 30 | Curso de Innovación                                                                                                       | ACOPI                                           | CAMARA DE COMERCIO                                                                                        | 30-oct.                   | 4           |                                                                                       |
| 31 | Invitación especial-1er Taller de preparación de oferta-ACOPI GLOBAL                                                      | PROPAIS                                         | Sede administrativa del SENA (Calle 15#27-37) Aula 205                                                    | 06 de octubre del 2017    |             |   |
| 32 | DESAYUNO DE TRABAJO CON EL SECTOR DE LAS CONFECCIONES INFANTILES DE BUCARAMANGA                                           | ACOPI                                           | Sede administrativa del SENA (Calle 15#27-37) Saka de juntas Piso 5                                       | 17-oct.                   |             |  |
| 33 | Invitación Rueda Futuros Exportadores Procolombia - Bucaramanga Octubre 24                                                | PROCOLOMBIA                                     | Auditorio Gustavo Lievano, Camara de comercio de Bucaramanga                                              | 24-oct.                   |             |  |
| 34 | Invitación Convocatoria Emprende País-ACOPI GLOBAL                                                                        | CAMARA DE COMERCIO-FUNDACION BOLIVAR DAVIVIENDA | Aquellos interesados pueden inscribirse en <a href="http://www.emprendepais.com">www.emprendepais.com</a> | Cierra el 7 de noviembre. |             |  |
| 35 | Encuentro Empresarial PROIM para las Víctimas que Organiza Propaís en alianza con el Ministerio de la Prosperidad Social. | PROPAIS                                         | Centro Empresarial "Panamericana" 3° Piso                                                                 | Jueves 19 oct.            |             |  |
| 36 | 2° Taller de Preparación de Oferta                                                                                        | PROPAIS                                         | Sede Administrativa del SENA ("de la 27") en la Calle 15 # 27 - 37, Salón 205                             | Miércoles, 18 de Octubre  |             |                                                                                       |

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

Nota: \* Número de actividades coordinadas para el desarrollo de la feria, en cada uno de los sectores (Confecciones y calzado), adaptado de “Comité comunicacional diario”, Elaboración propia del autor, 2017

### 6.3.3. Diseñar estrategias de promoción, comunicación y comerciales para un óptimo desarrollo ferial.

Estrategia basada en tres (3) fases feriales que representan contenidos del programa (fotos, información interesante, contenido generado, etcétera).

*Tabla 9*

*Contenido para elaboración de piezas publicitarias de ACOPI GLOBAL, 2017*

|                   |                                                                                                                                                                 |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Marzo</b>      | Pasarelas-EMI<br>Los 20 Años de nuestra feria física EIMI                                                                                                       |
| <b>Abril</b>      | Nueva imagen de Feria Internacional de moda Infantil-EIMI                                                                                                       |
| <b>Mayo</b>       | Regístrate en nuestra RED GLOBAL<br>Vinculación de Joyería mediante CÍRCULO DORADO al programa<br>AMBIENTE VIRTUAL                                              |
| <b>Junio</b>      | Invitación usuarios externos al centro de ferias online, Regístrate y participa<br>Convocatoria para compradores nacionales e internacionales                   |
| <b>Julio</b>      | Frase del Día<br>Entrega del stand virtual<br>Empresarios comentan como generar experiencias con sus clientes                                                   |
| <b>Agosto</b>     | Invitación para compradores nacionales e Internacionales,<br>#GENERAEXPERIENCIAS<br>STATU QUO-TRANSFORMACIÓN DIGITAL<br>Entrevistas para medios de comunicación |
| <b>Septiembre</b> | Transmisión en vivo del Lanzamiento de ACOPI GLOBAL<br>Instructivo en imágenes del ambiente virtual<br>Conteo diario de la feria.                               |

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

Nota: \* Número de contenido para la elaboración de piezas publicitarias del programa ACOPI

GLOBAL, en cada uno de los sectores (Confecciones y calzado). Adaptado de “Comité

comunicacional diario”, Elaboración propia del autor, 2017

| Fecha               | Publicación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Tipo                                                                                | Alcance | Participación |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------------|
| 25/09/2017<br>10:47 | !!SE EXTIENDE LA FERIA!! ? ? Extendimos el plazo de la primera feria virtual del sistema moda y turismo hasta el 27 DE SEPTIEMBRE ¿Y TU YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA ? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #rave #academico #influencer #circulodorado #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias #fashionjewelry |    | 156     | 0<br>2        |
| 25/09/2017<br>10:10 | !!SE EXTIENDE LA FERIA!! ? ? Extendimos el plazo de la primera feria virtual del sistema moda y turismo hasta el 27 DE SEPTIEMBRE ¿Y TU YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA ? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #rave #academico #influencer #circulodorado #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias #fashionjewelry |    | 199     | 10<br>2       |
| 22/09/2017<br>10:01 | !!SE EXTIENDE LA FERIA!! ? ? Extendimos el plazo de la primera feria virtual del sistema moda y turismo hasta el 27 DE SEPTIEMBRE ¿Y TU YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA ? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #rave #academico #influencer #circulodorado #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias #fashionjewelry |    | 825     | 2<br>4        |
| 22/09/2017<br>8:54  | #experienciasalstatuquo Visítanos en nuestro día 12 de la feria del sistema moda y turismo y en la TRANSFORMACIÓN DIGITAL ¿Y TU YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA ? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #rave #academico #influencer #circulodorado #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias #fashionjewelry         |    | 526     | 0<br>3        |
| 21/09/2017<br>18:33 | #experienciasalstatuquo Visítanos en nuestro día 11 de la feria del sistema moda y turismo y en la TRANSFORMACIÓN DIGITAL ¿Y TU YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA ? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #rave #academico #influencer #circulodorado #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias #fashionjewelry         |   | 337     | 0<br>2        |
| 21/09/2017<br>11:59 | #experienciasalstatuquo Visítanos en nuestro onceavo día de la feria del sistema moda y turismo y en la TRANSFORMACIÓN DIGITAL ¿Y TU YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA ? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #rave #academico #influencer #circulodorado #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias #fashionjewelry    |  | 507     | 0<br>2        |
| 21/09/2017<br>9:21  | #experienciasalstatuquo Visítanos en nuestro onceavo día de la feria del sistema moda y turismo y en la TRANSFORMACIÓN DIGITAL ¿Y TU YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA ? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #rave #academico #influencer #circulodorado #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias #fashionjewelry    |  | 408     | 0<br>2        |
| 20/09/2017<br>17:29 | #experienciasalstatuquo Visítanos este super 10 día de la feria del sistema moda y turismo y en la TRANSFORMACIÓN DIGITAL ¿Y TU YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA ? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #rave #academico #influencer #circulodorado #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias #fashionjewelry         |  | 324     | 1<br>0        |

Figura 3 Publicación en redes Programa AMBIENTE VIRTUAL, 2017

# INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

| Fecha            | Publicación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Tipo   | Alcance | Publicación |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------|-------------|
| 15/09/2017 9:15  | Ahora es más fácil registrarse para ver las actualizaciones de AC OPI Regional Santander.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Enlace | 85      | 1           |
| 15/09/2017 9:13  | #experienciasalstatuquo Visitanos este super 5 día de la feria del sistema moda y turismo y en la TRANSFORMACIÓN DIGITAL ? ? T U YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA A ? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #trave #academico #influencer #circuladorado #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias | Foto   | 149     | 3<br>6      |
| 15/09/2017 6:47  | #experienciasalstatuquo Visitanos este super 5 día de la feria del sistema moda y turismo y en la TRANSFORMACIÓN DIGITAL ? ? T U YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA A ? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #trave #academico #influencer #circuladorado #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias | Foto   | 111     | 2<br>3      |
| 14/09/2017 16:52 | #experienciasalstatuquo Visitanos este 4 día de la feria del sistema moda y turismo y en la TRANSFORMACIÓN DIGITAL? ? T U YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA ? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #trave #academico #influencer #circuladorado #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias          | Foto   | 164     | 4<br>5      |
| 14/09/2017 15:10 | #experienciasalstatuquo Visitanos este 4 día de la feria del sistema moda y turismo y en la TRANSFORMACIÓN DIGITAL? ? T U YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA ? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #trave #academico #influencer #circuladorado #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias          | Foto   | 133     | 3<br>3      |
| 14/09/2017 14:12 | #experienciasalstatuquo Visitanos este 4 día de la feria del sistema moda y turismo y en la TRANSFORMACIÓN DIGITAL? ? T U YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA ? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #trave #academico #influencer #circuladorado #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias          | Foto   | 167     | 1<br>5      |
| 14/09/2017 10:17 | #experienciasalstatuquo Visitanos este 4 día de la feria del sistema moda y turismo y en la TRANSFORMACIÓN DIGITAL? ? T U YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA ? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #trave #academico #influencer #circuladorado #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias          | Foto   | 172     | 5<br>6      |
| 14/09/2017 10:16 | VOLVEMOS A SER NOTICIA! Definitivamente evolucionamos con esta herramienta tecnológica en nuestro AMBIENTE VIRTUAL ya nos facilita captar y llegar a mas mercados INTERNACIONALES! REGISTRATE EN NUESTRA RED DE NEGOCIOS ACOPI GLOBAL #experienciasalstatuquo                                                                                                                                                             | Foto   | 123     | 2<br>5      |
| 14/09/2017 9:34  | VOLVEMOS A SER NOTICIA! Definitivamente evolucionamos con esta herramienta tecnológica en nuestro AMBIENTE VIRTUAL ya nos facilita captar y llegar a mas mercados INTERNACIONALES! REGISTRATE EN NUESTRA RED DE NEGOCIOS ACOPI GLOBAL #experienciasalstatuquo                                                                                                                                                             | Foto   | 142     | 3<br>6      |
| 14/09/2017 8:59  | #experienciasalstatuquo Visitanos este 4 día de la feria del sistema moda y turismo y en la TRANSFORMACIÓN DIGITAL? ? T U YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA ? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #trave #academico #influencer #circuladorado #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias          | Foto   | 106     | 1<br>4      |

Figura 4 Publicación en Redes Sociales Fase Prefería, 2017

# INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

| Fecha               | Publicación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Tipo                                                                                 | Alcance | Publicación |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------------|
| 13/09/2017<br>11:55 | #experienciaslatuquo Visitanos este 3 día de la feria del sistema moda y turismo y en la TRANSFORMACION DIGITAL? ? T U YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #trave #academico #influencer #circuladora do #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias      |    | 259     | 11<br>6     |
| 13/09/2017<br>10:30 | #experienciaslatuquo Visitanos este 3 día de la feria del sistema moda y turismo y en la TRANSFORMACION DIGITAL? ? T U YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #trave #academico #influencer #circuladora do #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias      |    | 122     | 2<br>5      |
| 13/09/2017<br>8:45  | #experienciaslatuquo Visitanos este 3 día de la feria del sistema moda y turismo y en la TRANSFORMACION DIGITAL? ? T U YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #trave #academico #influencer #circuladora do #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias      |    | 159     | 1<br>8      |
| 12/09/2017<br>16:20 | #experienciaslatuquo estamos en el segundo día de la feria del sistema moda y turismo y en la TRANSFORMACION DIGITAL? ? T U YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #trave #academico #influencer #circuladora do #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias |    | 111     | 1<br>1      |
| 12/09/2017<br>15:37 | #experienciaslatuquo estamos en el segundo día de la feria del sistema moda y turismo y en la TRANSFORMACION DIGITAL? ? T U YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #trave #academico #influencer #circuladora do #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias |    | 93      | 0<br>1      |
| 12/09/2017<br>15:04 | #experienciaslatuquo estamos en el segundo día de la feria del sistema moda y turismo y en la TRANSFORMACION DIGITAL? ? T U YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #trave #academico #influencer #circuladora do #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias |  | 179     | 4<br>5      |
| 12/09/2017<br>14:32 | #experienciaslatuquo estamos en el segundo día de la feria del sistema moda y turismo y en la TRANSFORMACION DIGITAL? ? T U YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #trave #academico #influencer #circuladora do #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias |  | 443     | 14<br>12    |
| 12/09/2017<br>10:48 | #experienciaslatuquo TRANSFORMACION DIGITAL? ? T U YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #trave #academico #influencer #circuladora do #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias www.acopiglobal.com                                                      |  | 451     | 12<br>12    |
| 12/09/2017<br>8:21  | #experienciaslatuquo TRANSFORMACION DIGITAL? ? T U YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #trave #academico #influencer #circuladora do #eimi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias                                                                          |  | 779     | 21<br>28    |

Figura 5 Publicaciones redes Sociales Fase Pos Feria, 2017

# INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

| Fecha            | Publicación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Tipo             | Alcance | Publicación |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------|-------------|
| 12/09/2017 8:21  | #experienciaslatuquo TRANSFORMACIÓN DIGITAL? ? T U YA HACES PARTE DE NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL? Que esperas REGISTRATE como comprador PARTICIPA? ? #moda #calzado #joyeria #ambientevirtual #acopiglobal #acopi #global #ropa #infantil #trave #academico #influencer #circuladora #emi #acopifashion #acopitravel #generaexperiencias | Foto             | 779     | 21<br>28    |
| 11/09/2017 16:05 | #experienciaslatuquo Acopi Nacional                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Foto             | 101     | 3<br>6      |
| 11/09/2017 11:31 | Entrevistas para medios de comunicación sobre nuestro ambiente virtual ACOPI GLOBAL                                                                                                                                                                                                                                                   | Foto             | 270     | 4<br>8      |
| 11/09/2017 11:31 | Lanzamiento de ACOPI GLOBAL la red social de negocios del sistema moda y turismo? ? ?                                                                                                                                                                                                                                                 | Foto             | 561     | 24<br>12    |
| 11/09/2017 11:29 | Entrevistas para medios de comunicación sobre nuestro ambiente virtual ACOPI GLOBAL                                                                                                                                                                                                                                                   | Video            | 47      | 1<br>2      |
| 11/09/2017 11:10 | Recorrido de los stands participantes en nuestro ambiente virtual.                                                                                                                                                                                                                                                                    | Video            | 166     | 2<br>2      |
| 11/09/2017 11:07 | Muestra de Stands en el ambiente virtual @va_sepulveda                                                                                                                                                                                                                                                                                | Video            | 90      | 1<br>2      |
| 11/09/2017 11:06 | El Sena @senacomunica acompañándonos En el lanzamiento de ACOPI GLOBAL Red social de negocios con nuestros empresarios en la gobernación de Santander                                                                                                                                                                                 | Video            | 319     | 25<br>9     |
| 11/09/2017 11:04 | <a href="https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=1660492654009710&amp;id=100001459770737">https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=1660492654009710&amp;id=100001459770737</a>                                                                                                                                                 | Video compartido | 138     | 0<br>3      |
| 11/09/2017 11:03 | Testimonio de nuestros empresarios participantes en el ambiente virtual, del sector turismo ENTRE RIOS & CAÑONES                                                                                                                                                                                                                      | Video            | 173     | 2<br>2      |
| 11/09/2017 10:59 | Palabras del director de acopi santander Jose Roberto Alvarez en el lanzamiento de ACOPI GLOBAL Red social de negocios con nuestros empresarios en la gobernación de Santander                                                                                                                                                        | Video            | 158     | 3<br>1      |
| 11/09/2017 10:54 | Estamos en el lanzamiento de ACOPI GLOBAL Red social de negocios con nuestros empresarios en la gobernación de Santander con todos nuestros empresarios de los sectores del sistema moda y turismo.                                                                                                                                   | Foto             | 426     | 14<br>7     |
| 11/09/2017 10:52 | La directora de la fundación CÍRCULO DORADO @fundacioncirculadorado nos acompaña en este gran evento del lanzamiento, Ambiente virtual del sistema moda y turismo.                                                                                                                                                                    | Video            | 66      | 0<br>1      |
| 11/09/2017 10:49 | El director del Centro de consultoría empresarial de la Universidad Santo Tomás @cceusta nos acompaña en este gran evento en el lanzamiento del ambiente virtual                                                                                                                                                                      | Video            | 82      | 4<br>2      |
| 11/09/2017 10:46 | Mesa principal de nuestro lanzamiento ACOPI GLOBAL red social de negocios                                                                                                                                                                                                                                                             | Foto             | 540     | 20<br>20    |
| 11/09/2017 10:05 | La presidenta de ACOPI NACIONAL nos acompaña desde Barranquilla en el lanzamiento de la red social de negocios Acopi Global                                                                                                                                                                                                           | Video            | 87      | 3<br>1      |

Figura 6 Publicaciones en redes sociales Lanzamiento AMBIENTE VIRTUAL. 2017

**INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL**

Nota: \* Número de contenido para la elaboración de piezas publicitarias del programa ACOPI GLOBAL, en cada uno de los sectores (Confecciones y calzado). Adaptado de “Comité comunicacional diario”, Elaboración propia del autor, 2017

## **7. Conclusión**

El programa ACOPI GLOBAL simplificó los procesos para poder competir en la economía digital mediante el apoyo empresarial del gremio a los diferentes actores del sistema moda y turismo, que permitió medir su nivel en comunicación digital; productos, servicios y/o marca personal. Así como, para maximizar su potencial de negocios, optimizar redes de contactos calificados, desarrollar tecnología 3D y vivir la experiencia del ambiente virtual.

El comportamiento empresarial también recibió una calificación positiva al transformar el concepto “feria” implementado en los formatos tradicionales donde se espera un único resultado que son las ventas, difiere con este tipo de formatos, donde el valor está en lograr contactos para su posterior desarrollo y conversión en ventas. De esta forma, se concluye que el valor del evento está en el tamaño de la expectativa (oportunidades-leads) y en su capacidad de convertirlos en clientes para el ambiente virtual; expositores o compradores.

Por otra parte, la logística del evento; el día de inicio y el tiempo de duración son relevantes para un desempeño óptimo, donde los conceptos del marketing digital deben ser adoptados por los participantes para que tendencias como la cocreación generen un resultado de mayor participación por parte de usuarios, también se debe buscar la participación de la cadena de valor en el evento.

Finalmente, estamos en un proceso de transformación digital: la reinención de una organización a través de la utilización de la tecnología digital para mejorar la forma en que la organización se desempeña. Digital se refiere al uso de la tecnología que genera, almacena y procesa los datos. Esto impacta por igual a todos los actores en el evento.

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

### 8. Recomendación

**Al gremio ACOPI Santander**, integrar y/o evaluar el seguimiento óptimo de los procesos comunicaciones en que se consiguen las alianzas institucionales de apoyo externo e interno; que se comprometan al proyecto de las diferentes seccionales para conseguir en tiempo y en forma la información pertinente. Así como, involucrar a todos los practicantes en todos los procesos alcanzados.

**Al programa ACOPI GLOBAL**, continuar con programas de apoyo empresarial enfocado a medir su nivel en comunicación digital; productos, servicios y/o marca personal. Para competir en la economía digital que le permita a diferentes usuarios maximizar el potencial de negocios, optimizar redes de contactos calificados, desarrollar tecnología 3D y vivir la experiencia AVATAR. Promoviendo las ferias virtuales abiertas al público y cerradas.

**Algunas de las recomendaciones para los siguientes practicantes**, se involucren desde que empiecen sus prácticas y que se comprometan al proyecto o función que les asignen, dar su mayor esfuerzo para aprender de las experiencias sociales y empresariales que se integran en actividades, convocatoria y cursos vinculados.

## INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

### 9. Referencias bibliográficas

(UGR), M. P. (13 de 12 de 2015). Obtenido de <http://www.mariapinto.es/e-coms/bases-de-datos/>

Amaro, V. (2014). *Marketing digital*.

ANDI-Asociacion Colombiana de empresarios de Colombia. (s.f.). *Regimen de Zonas Francas*.

Obtenido de

<http://www.andi.com.co/es/GAI/GuiInv/ActExt/RegZonFra/Paginas/default.aspx>

Córdoba Gutiérrez Ana Milena, A. L. (2013). *La inteligencia de mercado: una estrategia hacia la competitividad*. Obtenido de

<https://revistas.unal.edu.co/index.php/ensayos/article/view/49810>

Gonzalez, R. M. (2014). Marketing en internet y las nuevas tecnologías. En R. Muñiz, *Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición* (pág. 472). Barcelona: Centro de Estudios Financieros.

González, R. M. (s.f.). *Universidad a Distancia de Madrid. UDIMA*. Obtenido de Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición: <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>

Intertek Group plc. (s.f.). *Sistema PQRS (Petitionen Quejas, Reclamos y sugerencias)*. Obtenido de <http://www.intertek.com.co/pqr/>

Merino, C. R. (25 de Agosto de 2015). *¿Qué es E-commerce o comercio electrónico?* Obtenido de <http://marketingdigital.bsm.upf.edu/e-commerce-comercio-electronico/>

Santos, F. R. (s.f.). *EL CONCEPTO DE RED SOCIAL*. Obtenido de [http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS\\_048\\_08.pdf](http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_048_08.pdf)

TSM TRADE MISSIONS & SHOW MANAGEMENT LTDA . (11 de Abril de 2017). *Expo crecer* . Obtenido de <http://www.expocrecer.com/es/informaciones>

**INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL**

Universidad Militar Nueva Granada. (s.f.). *Ambientes virtuales*. Obtenido de  
<http://www.umng.edu.co/ambientes-virtuales>