



UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS
— MEDELLÍN —

SISTEMATIZACIÓN DE PASANTIA BRASIL

FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PASANTIA INTERNACIONAL- RIO DE JANEIRO

GERMAN DAVID MONTES ORTIZ

MEDELLÍN-COLOMBIA

MARZO-2024

Introducción

El presente documento contiene el informe sobre la pasantía realizada en la ciudad de Rio de Janeiro (Brasil), por parte de los estudiantes del programa de negocios internacionales de la universidad santo tomas, de la ciudad de Medellín (Colombia), que se llevó a cabo del 26 de noviembre al 1 de diciembre del año 2023.

Se presentan los resultados de las visitas a las empresas BOHEMIA, dedicada a la fabricación, comercialización de cervezas y la empresa EMGEPRON, la cual realiza proyectos y suministra equipos para otras compañías relacionados con la industria naval. En estas se abordaron temas como la 4 Revolución Industrial y su trascendencia en el tiempo, y la importancia de la Inteligencia Artificial y sus desafíos en el campo de los Negocios Internacionales, de lo cual se encontrará información detallada.

Así mismo, se expone la participación en dos seminarios en la institución educativa fecha relacionados con la Inteligencia Artificial y los medios tradicionales

Este informe no pretende ser único, por el contrario su finalidad es recopilar, resumir y presentar de manera sencilla y breve los puntos principales de sistematización de cada una de las visitas empresariales en el desarrollo de la pasantía, orientándolos hacia la definición de aprendizajes y conocimientos adquiridos en esos días. Por ello se muestran datos recopilados, conclusiones y resultados de los lugares visitados, lecciones aprendidas y cada uno de los temas vistos. Se abordan conceptos que son de suma importancia como la 4 Revolución Industrial, Desarrollo de nuevas tecnologías, Inteligencia Artificial, Big Data, Marketing Digital entre otros, además de un análisis exhaustivo sobre la historia, estrategias, y trayectoria en el mercado de cada una de las empresas que nos servirán en gran valía, en el desarrollo de nuestra formación profesional y practica

Se describen cada una de las experiencias y aprendizajes obtenidos a lo largo de la pasantía, teniendo en cuenta que este informe es netamente investigativo y cada uno de los temas que se abordan, ayudaran a fortalecer las capacidades y habilidades en la carrera de Negocios Internacionales de los estudiantes partícipes. Contaremos cada uno de las experiencias y aprendizajes que obtuvimos a lo largo de la pasantía por cada uno de los estudiantes de la universidad santo tomas, cabe resaltar que este informe es netamente investigativo y cada uno

de los temas que hablaremos nos ayudaran a fortalecer nuestras capacidades y habilidades en nuestra formación profesional. El informe se desarrollará en varias secciones, en las se destacarán, entre otras, el contexto general de la pasantía, propósito y alcance de esta misma pregunta problematizadora, objetivos, justificación, marco teórico, metodología entre otros aspectos, con el fin de fortalecer nuestros aprendizajes en la carrera profesional de Negocios Internacionales

1. Contexto general de la pasantía:

La pasantía tuvo lugar en la ciudad de rio de janeiro Brasil, ubicada en el sur este del país, siendo la segunda ciudad más poblada después de Sao Paulo. Se llevo a cabo del 26 de noviembre al 1 de diciembre del año 2023, período durante el cual se visitaron las empresas Bohemia y Emgepron, y adicionalmente se asistió a dos conferencias en la escuela Facha.

Cronograma de actividades

<i>Domingo 26 de noviembre</i>	<i>Lunes 27 de noviembre</i>	<i>Martes 28 de noviembre</i>	<i>Miércoles 29 de noviembre</i>	<i>Jueves 30 de noviembre</i>	<i>Viernes 1 de diciembre</i>
<i>Vuelo Medellin- Rio de Janeiro</i>	<i>Desayuno</i>	<i>Desayuno</i>	<i>Desayuno</i>	<i>Desayuno</i>	<i>Desayuno</i>
<i>Traslado al hotel</i>	<i>Cristo Corcovado</i>	<i>Cervecería</i>	<i>Mañana libre</i>	<i>Seminario</i>	<i>Vuelo Rio de Janeiro - Medellín</i>
			<i>Almuerzo</i>		
	<i>Almuerzo</i>		<i>Seminario</i>	<i>ENGEPROM</i>	
	<i>City tour</i>				

La primera visita durante la estancia en Brasil fue a la empresa llamada Bohemia dedicada a la fabricación y comercialización de cervezas en la ciudad de Petrópolis que está ubicada en el estado de Rio de Janeiro, cuya ciudad es conocida por ser un símbolo histórico y cultural de la región. Durante el recorrido vimos cada una de las fases del proceso de elaboración de la cerveza, así como su historia, acontecimientos importantes y la competencia. La segunda visita fue a la escuela Facha, que queda ubicada en el barrio de Ipa; aquí participamos de dos conferencias, en la primera se habló un poco de la inteligencia artificial su importancia y que beneficios trae a las personas así como la transformación de nuevas tecnologías a lo largo del

tiempo, la segunda giro entorno al marketing digital, los medios tradicionales de comunicación y se hizo una línea de tiempo del desarrollo que han tenido.

La tercera visita que se realizó durante el desarrollo de la pasantía fue la empresa EMGEPRON, empresa pública con derecho privado creada en el año 1982 que tiene como modelo de negocio la gestión de proyectos en la industria naval en Brasil, además está vinculada con el mantenimiento del material militar naval. Cada una de sus actividades se relacionan o están compuestas por la economía del mar, proyectos y gestión de la construcción de buques de apoyo, servicios especializados, tipos de negocios que impactan al mundo, También tiene convenios internacionales con 20 países, grandes fábricas y navíos desarrollados.

En esta empresa se tuvo la oportunidad de conversar un poco sobre la economía de la atención y el modelo VUCA, que es un tipo de enfoque utilizado para describir y analizar el entorno empresarial y los cambios que suceden en el mundo actual; este modelo se centra en la idea de que el mundo es cada vez más volátil, incierto, complejo y ambiguo, lo que muestra que hoy en día las empresas tienen que tener la capacidad de adaptarse a cualquier cambio, tener las herramientas necesarias cuando se presente un nuevo problema en el entorno, desarrollando estrategias efectivas que ayudan a las compañías a superar cada uno de los desafíos y oportunidades que se le presentan.

2. Propósito y alcance de la pasantía:

El propósito por el cual se ha realizado la pasantía es conocer la transformación y desarrollo de la cuarta revolución industrial, en las nuevas tecnologías tales como: la inteligencia artificial, redes sociales, y páginas webs. El alcance de la pasantía es de cualidad investigativa donde se mencionará cada una de las visitas empresariales, y temas vistos en cada una de las charlas por parte de los estudiantes de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomas

La relación que tiene cada una de las visitas empresariales, con el programa de Negocios Internacionales es el impacto que causó el fenómeno de la globalización. que se ha visto reflejado en compañías nacionales e internacionales a lo largo del tiempo, lo que es fundamental para el desarrollo de los negocios en un mundo globalizado. Desde la perspectiva de los estudiantes, se ha observado las nuevas oportunidades que se generan en las empresas tales

como: alcance y aceptación en el mercado, generación de empleos, reducción de precios que crea un entorno competitivo. Las visitas empresariales fortalecen las capacidades y habilidades de cada uno de los integrantes de la pasantía, debido a que cada uno de los temas que se han mencionado, son de suma importancia para alcanzar los objetivos y metas trazados hacia el futuro. Es fundamental recalcar la importancia de tener claro que el informe de sistematización nace en la planificación del proyecto, donde se dejara en evidencia datos recopilados, análisis y resultados de cada uno de los lugares visitados. además se realizará un estudio exhaustivo sobre la historia, estrategias, y trayectoria en el mercado de cada una de las empresas, que les serán de gran utilidad en el desarrollo de su formación profesional y practica

3. Pregunta problematizadora:

¿De qué manera las estrategias de mercadeo que utilizan las empresas de Rio de Janeiro (Brasil) son óptimas para la comercialización y venta del producto a nivel nacional e internacional, utilizando las herramientas tecnológicas como medio para agilizar los convenios y entregas de los productos elaborados en dichas empresas brasileras?

4. Objetivos

4.1 Objetivo General

Identificar las estrategias de mercado que utilizan las empresas de Rio De Janeiro para la comercialización y venta de sus productos a nivel nacional e internacional y el papel que a jugado el uso de la tecnología como medio para agilizar los convenios y entregas de los productos elaborados por las empresas Bohemia y Emgepron.

4.2 Objetivos Específicos

4.2.1 Identificar las herramientas de la cuarta Revolución Industrial que utilizan las empresas Bohemia y Emgepron para la comercialización de sus productos.

4.2.2 Analizar el impacto del uso de las nuevas tecnologías, redes sociales y páginas web, como estrategia de marketing en los procesos de comercialización de productos de las empresas Bohemia y Emgepron.

4.2.3 Determinar el nivel promedio de efectividad de la aplicación de estrategias de marketing con el uso de las nuevas tecnologías, para la comercialización de los productos de las empresas Bohemia y Emgepron a nivel local, nacional e internacional.

5. Justificación

Una de las razones por las cuales se realizó la pasantía en Brasil fue para conocer cuáles son los grandes desafíos que se le presentan a las empresas de la ciudad de rio de janeiro y que medios utilizaron para poder agilizar sus convenios y entregas de sus productos, teniendo en cuenta la relación que tienen con los negocios internacionales y la importancia para nuestro desarrollo ético y profesional. En donde nos dimos cuenta de que gracias a la cuarta revolución industrial muchas empresas han optado por generar estrategias que faciliten la comercialización de los productos en el mercado, desarrollando un crecimiento significativo para llegar a un público más amplio, como es el uso de las herramientas tecnológicas tales como: redes sociales, inteligencia artificial y páginas web que son catalogadas como una opción más atractiva para los clientes.

La transformación digital ha contribuido a que muchas compañías agilicen sus órdenes de compra usando nuevos modelos de negocios en el mercado. En un mundo tan globalizado, a muchas empresas les cuesta adaptarse al cambio; el modelo VUCA que hace referencia a que el mundo es volátil, incierto, complejo y ambiguo; se puso en evidencia durante el año de la pandemia del COVID 19, en el cual ciertas compañías no tuvieron este detalle en cuenta y por lo tanto quebraron; aquí se destaca el rol importante, por ejemplo de las redes sociales y las páginas web, entre otros, para que las empresas pudieran enfrentar cualquier obstáculo que se les presentara.

Al estudiar estas estrategias podemos adquirir habilidades y conocimientos en nuestro desarrollo profesional, que nos permitirán conocer la importancia de la segmentación del mercado, uso de las herramientas tecnológicas y fidelización al cliente. Además estas nuevas estrategias de marketing se pueden aplicar tanto en el ámbito profesional como personal para mejorar la

promoción y venta de los productos a través de la publicidad, merchandising para así conseguir resultados eficientes al momento de lanzar un producto. Por eso es fundamental que la empresa tenga en cuenta cuáles son las estrategias de mercadeo que utilizaran para poder llegar al consumidor final, la importancia de poder abordar estas distintas temáticas es fundamental para nuestro desarrollo profesional porque nos permite conocer las herramientas y técnicas que utilizan las compañías para promocionar y vender sus productos o servicios, a través del estudio de estas estrategias, por otro lado adquirimos conocimientos sobre las prácticas en el ámbito del marketing, segmentación del mercado y la experiencia que le brindamos al cliente al momento de satisfacer sus necesidades. Es por eso por lo que nosotros como estudiantes de negocios internacionales debemos tener todas estas herramientas para lograr superar obstáculos o barreras que el mercado laboral nos ofrece, para nosotros fue importante esta pasantía debido a que contribuyó a estar preparados a cualquiera situación que se nos presente al momento de ponerlo en práctica cuando estemos en el mundo laboral. Por esta misma razón resaltamos el trabajo en equipo que es fundamental al momento de desarrollar ciertas actividades empresariales y tener en cuenta aspectos relevantes como el marketing digital, ventajas competitivas, planificación del inventario entre otros. que son indispensables para el logro de los objetivos empresariales y contribuyen a lograr un mejor posicionamiento en el mercado.

6. Marco teórico

EL Social marketing es la utilización de las redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Pinterest, etc.) para comunicar información que les resulte interesante a los miles y millones de usuarios que utilizan la red. No es una solución milagrosa para cualquier negocio, pero sí puede resultar muy efectivo para sumar nuevos potenciales clientes, ampliar la red de proveedores, generar alianzas, entre otros¹. Esto nos permite reconocer la importancia de la Cuarta Revolución Industrial, las nuevas tecnologías y en general el uso de la internet en la producción y comercialización de bienes e insumos de empresas a nivel nacional e internacional.

La cuarta Revolución Industrial, iniciada sobre la segunda década del siglo XXI, tiene en las nuevas tecnologías una herramienta innovadora y de gran importancia para las empresas, no

¹ Universidad y Sociedad vol.13 no.3 Cienfuegos mayo.-jun. 2021 Epub 02-Jun-2021

solo para la producción sino también para la comercialización de los bienes y servicios que ofrecen. Esto se hizo evidente con la reciente pandemia del COVID 19. Las medidas mas utilizadas para evitar o controlar el contagio, fue la cuarentena y el distanciamiento social, lo que sin duda provoco un alto costo económico y social (Ashraf, 2020 y Neumeyer 2020). Frente a este hecho, algunos investigadores han argumentado que la pandemia acelero la digitalización de las empresas, lo cual se refleja en la introducción de estrategias para la producción y comercialización de sus productos. En el caso de la producción, se habla de la implementación de tecnologías asociadas con la llamada industria 4.0 (Álvarez, Martínez y García, 2020).

De igual forma, las redes sociales son consideradas por muchas empresas, como una herramienta indispensable en la interacción con los usuarios, a través del uso de ellas las empresas han podido aprovechar grandes oportunidades comerciales para mejorar su posicionamiento en el mercado, lo que a su vez ha contribuido en varios factores como: mayor control en la toma de decisiones, incremento en el número de ventas e implementación del teletrabajo. Además de incrementar el número de ventas, las redes sociales son de gran utilidad para la comercialización en pequeñas y grandes empresas. Esto se debe a la relación personalizada que se crea entre el cliente y la compañía².

La evolución de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) representan un ambiente de oportunidades para las Pyme ya que les permite participar de un campo más competitivo, esto genera desarrollo comercial entre otras empresas similares y se combinan así los avances tecnológicos en la promoción y publicidad de productos, además se hace más sólida la relación comercial con los consumidores a través del uso de las redes sociales³. Es por ello, que las empresas se han visto obligadas a crear páginas webs, blog y perfiles en facebook, Instagram, X, etc.; con el propósito de ampliar el radio de acción sobre clientes potenciales, esto permitirá que su pauta publicitaria tenga mayor cobertura y por lo tanto se incremente la comercialización de sus productos.

El gran desafío que tienen actualmente las empresas es acoger esta nueva revolución 4.0 de manera efectiva, dado que, el 50% de las empresas manufactureras en Colombia, por ejemplo,

² *Revista Universidad y Sociedad. TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA COMERCIALIZACIÓN EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS A TRAVÉS DE REDES SOCIALES. 2021*

³ <https://doi.org/10.53734/eidea.vol3.id72>

dieron a conocer que durante la pandemia, se reforzaron los diferentes enfoques de automatización de procesos y seguridad. Con la tecnología de la inteligencia artificial (IA) aplicada a diferentes procesos de la industria, cambiará la forma de operación, desde el medio de comunicación con cada cliente a través de asistencia virtual, hasta la optimización en el funcionamiento en cada flujo de trabajo. (Osore, 2021). De esta manera, los procesos de comercialización encuentran en la IA, una herramienta que les permitirá mejorar sosteniblemente la relación empresa – cliente, pues supone mayor disposición y agilidad en satisfacer, no sólo la solicitud del cliente en cuanto a bienes y servicios, sino también en el mejoramiento de la atención y mejora del servicio.

Actualmente la inteligencia artificial se ha catalogado como la industria 4.0, debido a la revolución que ha transformado el mundo tal como se conoce en la actualidad. Según algunos expertos, se ha definido como un sistema o máquina capaz de imitar el comportamiento de una persona, identificando de forma rápida y ágil sus necesidades, para luego resolverlas y entregar soluciones efectivas a cualquier problema que se presente. por esta misma razón ha sido una gran herramienta en el crecimiento de múltiples disciplinas tales como: almacenamiento de datos, machine learning, realidad aumentada entre otros., esto ha logrado una amplia aceptación por parte de las grandes industrias, impulsando el crecimiento tecnológico y penetrando el mercado. Generando así ganancias en los sectores financieros, manufactureros y de salud que son los más beneficiados⁴

Las estrategias de comercialización son acciones planificadas, que conducen a mejorar los niveles de venta de un negocio, utilizando métodos eficientes vinculados a las demandas de los consumidores o el público interesado, considerando dos métodos cuantitativo y cualitativo. Con respecto al método cuantitativo, el gerente de la empresa tiene como objetivo lograr convencer a los clientes por medio de entrevistas, encuestas o técnicas teniendo en cuenta factores internos y externos (DOFA), que contribuyan al fortalecimiento de la empresa. por eso es importante el posicionamiento del producto para así conseguir mejores resultados al momento de aplicar estas estrategias hoy en día⁵

7. Marco Conceptual

⁴ <http://hdl.handle.net/10882/11331>

⁵ UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ “UNESUM”

Industria 4.0. También conocida como revolución industrial, se caracteriza por la aparición de nuevas tecnologías que significarán un profundo cambio en la estructura de la sociedad y en el modelo económico. El acceso a Internet y a dispositivos tecnológicos por parte de los usuarios, el uso de Inteligencia Artificial (IA) y el aprendizaje de las máquinas (Machine Learning), han derivado en una Cuarta Revolución Industrial, que puede suponer un empoderamiento del ser humano mediante el uso de las máquinas. Este término fue acuñado en 2011 por el economista Klaus Schwab, fundador del Fondo Económico Mundial. Este concepto define la fabricación informatizada, que combina avanzadas técnicas de producción con tecnologías inteligentes que se integrarán en las organizaciones y la vida de las personas. (www.repsol.com)

La Inteligencia Artificial (IA) es la combinación de algoritmos planteados con el propósito de crear máquinas que presenten las mismas capacidades que el ser humano. Una tecnología que todavía nos resulta lejana y misteriosa, pero que desde hace unos años está presente en nuestro día a día a todas horas. (www.iberdrola.com)

Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos. (www.rdstation.com)

El Marketing Digital, también conocido como Mercadotecnia Digital es el conjunto de actividades que una empresa (o persona) ejecuta en línea con el objetivo de atraer nuevos negocios, crear relaciones y desarrollar una identidad de marca. (<https://rockcontent.com>)

8. Metodología

La metodología implementada en el presente trabajo de investigación es de carácter cualitativa, toda vez que conlleva el análisis de una serie de datos recogidos a partir de la observación y entrevistas, que permitirán sacar conclusiones y formular hipótesis frente al tema objeto de la investigación.

Instrumentos y técnicas: Observación directa y entrevistas

9. Presentación y Análisis de Resultados

9.1 Descripción de la experiencia

Durante la pasantía a Brasil, se dio la oportunidad única de conocer acerca de las empresas de la ciudad de rio de janeiro y adquirir una gran experiencia internacional. El itinerario incluyo la visita a diversas compañías y conferencias en la universidad de facha, la primera visita destacada inicio con la empresa de cervecería Bohemia, en el cual es reconocida como la primera fabrica de cerveza de Brasil fundada en 1853. Esta cervecería es más que una simple cerveza brasileña, es cataloga como símbolo cultural e histórico de la región, ademas ha sido pionera en la industria cervecera manteniendo su influencia a lo largo del tiempo, gracias a su buena calidad y acogida por parte del público. Se pudo observar un poco acerca de su proceso de elaboración, y de las diferentes etapas que pasa el producto para su posterior comercialización. También se investigo acerca de su historia y cómo fue su trascendencia en el mercado, Teniendo en cuenta que el mercado de las cervezas de Brasil se encuentra en crecimiento y ocupa el puesto número 23 con mayor consumo, según índice Per cápita. No obstante la atención y servicio fue pésima, donde hubo inconformidad al no tener quien resolviera las dudas e inquietudes, que se generaban durante la visita, puesto que la barrera del idioma era el mayor problema. la empresa no se hizo responsable por buscar a alguien experimentado en nuestro mismo idioma, o una segunda lengua como es el inglés. Y por este motivo a lo largo de nuestra investigación se nos presentaron ciertas lagunas, e incluso interrogantes debido a la información que nos brindaban, que en el transcurso de la visita no fue clara ni del todo precisa

Durante la visita a Emgepron, Se llevo a cabo un análisis detallado sobre la importancia de la industria naval. Desde la perspectiva de negocios internacionales, se pudo examinar la estructura y las operaciones de la empresa, Centrándose especialmente en el sector estratégico. esta empresa brasileña asociada al ministerio de defensa se especializa en el desarrollo y provisión de productos y servicios de defensa naval para la marina, Ademas de sus operaciones en diversas áreas como: investigación, construcción, logística, científica, etc., Emgepron tiene acuerdos en 20 países y una fuerte competitividad tanto en el mercado nacional como internacional, entre sus proyectos y productos destacados se encuentra la implementación de fragatas clase Niteroi para la armada de Brasil, el desarrollo de navíos y buques de patrulla. Esta empresa ha sido reconocida por su papel crucial en la innovación y desarrollo de las industrias navales, aportando significativamente a la capacidad defensiva y tecnológica del país. La experiencia resultó enriquecedora gracias al acompañamiento de un representante de la empresa, quien compartió información sobre la economía marítima, los principios y valores de la compañía. Asimismo, se

logró identificar los navíos con mayor índice de exportación. Gracias al respaldo de un representante de la empresa que nos instruyó sobre la economía marítima, los principios y valores corporativos, pudimos identificar los navíos con mayor índice de exportación. La empresa se ha destacado por su contribución a nivel global al colaborar con otras entidades marítimas, lo que ha aumentado su reconocimiento en el mercado. Esta visita nos brindó una visión del entorno de los negocios internacionales y resaltó la importancia de la expansión a escala mundial. De esta manera, se dejó una impresión duradera y se fortaleció el desarrollo del sector marítimo.

Las Facultades Integradas Hélio Alonso (FACHA) nos brindó dos conferencias, acerca de las herramientas tecnológicas para la innovación de datos, nos dialogaron sobre la Cuarta Revolución Industrial. y el marketing digital en algunas compañías, donde es importante resaltar la gran importancia que tiene hoy en día la tecnología en algunas empresas, debido a que gracias al gran avance tecnológico, se ha podido evidenciar un crecimiento amplio en algunos sectores del mercado, la institución (Facha) se caracteriza por tener enfoque en diversas áreas como: comunicación, negocios, y derecho., destacándose por su método de enseñanza practico y con profesionales experimentados. Además ha sido reconocida por su alta calidad académica y compromiso con los estudiantes, fomentando la elaboración de proyectos académicos y brindando oportunidades, para el desarrollo de habilidades practicas. Esta experiencia me dejó una impresión gratificante, debido a que nos enseñó el valor, que tiene la inteligencia artificial y como usarla para nuestro beneficio, en nuestra formación profesional. al principio hubo inconvenientes por parte del docente encargado, a causa de la barrera del idioma que era un impedimento para nuestro desarrollo académico. Sin embargo gracias a la información proporcionada por el sistema, se pudo interpretar cada una de las conferencias en la institución, y su influencia en un mundo globalizado. En el cual nos permitió comprender el panorama actual de la transformación digital y los nuevos medios electrónicos.

9.2 Actividades realizadas

Cronograma de actividades

Imagem 1. Visita a la Empresa Bohemia



Imagen 2. Visita a la Faculdades Integradas Hélio Alonso (FACHA)



Imagen 3. Visita a la Empresa Emgepron



La primera actividad que se realizó fue a la empresa BOHEMIA en la ciudad de Petrópolis. Que es muy conocida en la región, se realizó una observación detallada sobre los procesos a los que se somete la cerveza, Así como la variedad de tipos de cervezas que son gestionadas en la compañía, y el proceso de distribución de los productos al cliente final. En esta compañía se pudo evidenciar como ha sido su trascendencia a lo largo del tiempo y como llego a internacionalizarse en otros países. Llegando a consolidarse en el mercado brasileño, con un reconocimiento global significativo. Otra actividad que hicimos fue a la Faculdades Integradas Hélio Alonso (FACHA) que es una institución catalogada por tener un enfoque practico en la enseñanza, a través de proyectos académicos, y su compromiso con la inclusión laboral de los estudiantes egresados. Se caracteriza por su trascendencia a lo largo del tiempo, siendo una escuela líder en la ciudad de rio de janeiro, que posee sedes en otros países. en esta institución, se desarrolla el uso de métodos en la aplicación de herramientas tecnológicas para la innovación de datos y también se discute sobre la importancia de utilizar estas herramientas de manera adecuada. Además, se abordó un poco sobre las costumbre y tradiciones de la cultura brasileña, y como contribuye al respeto por la diversidad étnica y cultural. Por último se visitó la empresa EMGEPRON que se destaca por su contribución en proyectos gerenciales de la marina, ademas de su papel fundamental en la construcción, modernización de buques de superficie y submarinos. Esta compañía ofrece una gran variedad de productos y servicios, desde embarcaciones militares, reparaciones navales, sistemas de combate, munición de artillería, servicios oceanográficos etc., fue enriquecedor poder contar con expertos en el tema, y personas con años de experiencia en la industria, ademas se observó la estructura de la compañía, y su competitividad en el mercado nacional e internacional.

9.3 Aprendizajes Obtenidos.

Es bastante significativo reconocer como esta pasantía contribuyó enormemente en la adquisición de nuevos conocimientos y en la consolidación de los ya existentes, y que son fundamentales para el desempeño profesional en la carrera de Negocios Internacionales.

En un mundo cada vez más globalizado y donde las tecnologías de la información cada día van adquiriendo mayor relevancia en todos los campos del saber y en todos los ambientes: escolar, familiar, empresarial, comercial, etc., se hace necesario conocer como las empresas manejan y aprovechan estas herramientas para la producción y comercialización de sus productos y de que

manera contribuyen también con el mejoramiento de la relación empresa-cliente, en pro de un beneficio mutuo.

Las dos empresas visitadas, Bohemia y Emgepron, tienen un importante manejo de las nuevas tecnologías, la industria 4.0, redes sociales; que si bien empezaron a usar años atrás, fue con la pandemia del Covid 19 que se potencializó su uso. Utilizadas adecuadamente, Facebook, Instagram, Twitter, se convierten en la mejor vitrina para dar a conocer los bienes y servicios que ofrecen, además de ofertar promociones a través de un esquema publicitario donde el uso de la inteligencia artificial es de gran valía. Así mismo, estas redes sociales permiten una cobertura internacional, haciendo posible la conexión con potenciales clientes más allá de las fronteras. Esto último facilita los negocios internacionales pues se hace más fácil la comunicación no sólo con el cliente directamente sino también con empresas, tanto públicas como privadas. En este sentido, el marketing digital se convierte en una herramienta tecnológica supremamente importante, pues genera un impacto positivo en la comercialización de las empresas.

La implementación de nuevas tecnologías, es una herramienta innovadora que se constituye en elemento fundamental para el desarrollo y mantenimiento de una empresa en el mercado; su utilización conlleva a la ampliación de su radio de acción comercial y por consiguiente de su clientela; la publicidad de sus productos en redes sociales, por ejemplo, mediante el uso de campañas publicitarias recreadas con inteligencia artificial, llega a un público amplio y diverso, que se constituyen en futuros clientes.

Para desarrollar acciones efectivas en negocios internacionales, es fundamental conocer la variedad de elementos que ofrecen la industria 4.0, las redes sociales, la inteligencia artificial y todas esas nuevas tecnologías de la información y la comunicación; desconocerlo o restarle importancia, nos convierte en analfabetos en tecnología y nos impediría ir a la vanguardia con el progreso y desarrollo científico y tecnológico del mundo comercial de hoy.

9.4 Elementos innovadores encontrados

En la actualidad, la innovación se ha convertido en una pieza fundamental para el éxito y la competitividad empresarial. Estos procesos no solo se limitan a la creación de nuevos productos o servicios, sino que también representa la adopción de enfoques novedosos, para enfrentar los

desafíos empresariales. La innovación permite a las empresas, destacarse en un mercado saturado, diferenciarse de la competencia y responder de manera ágil y rápida, a las exigencias del mercado y las demandas por parte de los consumidores. Así mismo la aplicación de nuevas ideas, protocolos, productos. ayudan a optimizar los procesos internos y mejorar la productividad de la compañía. Dentro de la empresa Bohemia se destaca por su enfoque innovador en varios aspectos de sus operaciones. Desde el desarrollo de productos únicos y creativos hasta la implementación de procesos internos vanguardistas, Bohemia ha demostrado un compromiso constante con la innovación. Su cultura empresarial se distingue por poseer un enfoque innovador, que promueve la creatividad y la experimentación, lo que se refleja en la diversidad de sus productos y en su capacidad para adaptarse rápidamente a las tendencias del mercado. Además, Bohemia ha sabido aprovechar eficazmente la tecnología de manera efectiva para mejorar sus operaciones y ofrecer experiencias únicas a sus clientes. La composición de visión estratégica, cultura innovadora y adaptabilidad ha posicionado a Bohemia como una empresa líder en su sector, con la capacidad de anticipar las necesidades del mercado y mantenerse a la vanguardia de la industria gracias a la constante búsqueda de nuevas ideas y soluciones creativas. Por otra parte la cultura empresarial de la empresa ha logrado fomentar un crecimiento amplio en el mercado, debido a que se caracteriza por establecer mecanismos que estimulan la creatividad de sus empleados, e incentivan la exploración de nuevas soluciones novedosas, además de la calidad de la cerveza. La Facultad Integrada Hélio Alonso (FACHA) se destaca por su método de orientación hacia la educación superior, caracterizado por la implementación de programas académicos que incorporan efectivamente las últimas tendencias y tecnologías en sus planes de estudio. Asimismo su enfoque con la excelencia académica, y la continua exploración de métodos educativos innovadores, demuestran el compromiso, con la formación integral de sus estudiantes. El instituto ha implementado estrategias, que promueven la creatividad, el espíritu emprendedor y la investigación, creando así un ambiente propicio para la innovación, y el desarrollo de habilidades prácticas, que son indispensables para la comunidad estudiantil.

La empresa brasileña Emgepron, se distingue por su enfoque innovador en el desarrollo e implementación de programas navales avanzados, en colaboración con la armada de Brasil. La capacidad de la compañía para diseñar y construir embarcaciones de última generación, equipadas con tecnología avanzada. refleja su compromiso con la innovación en el sector naval.,

Asimismo su capacidad para adaptarse a las necesidades del mercado, los cambios tecnológicos, fomenta una cultura interna de creatividad y búsqueda constante proponiendo soluciones innovadoras, como el desarrollo de estrategias tales como: Ventajas competitivas, fidelización con los clientes, optimización de recursos etc., la compañía también promueve la adopción de nuevos materiales, y tecnologías sostenibles en la construcción de embarcaciones. lo que evidencia su compromiso con la sostenibilidad ambiental, y la eficiencia energética. Estas iniciativas, la posicionan como un referente dentro del campo de la innovación, en la industria naval.

9.5 Análisis de Resultados.

“La Cuarta Revolución Industrial tiene el potencial de elevar los niveles de ingresos globales y mejorar la calidad de vida de las poblaciones de todo el mundo. Hasta la fecha, quienes más se han beneficiado de ello han sido los consumidores capaces de permitirse el lujo de acceder al mundo digital; La tecnología ha hecho posible nuevos productos y servicios que aumentan la eficiencia y el placer de nuestra vida personal. Pedir un taxi, reservar un vuelo, comprar un producto, realizar un pago, escuchar música, ver una película o jugar: cualquiera de estas tareas ahora se puede hacer de forma remota.” (Revolución Industrial: Qué significa, Cómo Responder. Klaus Schwab es fundador y presidente ejecutivo del Foro Económico Mundial. 14 de Enero 2016). Estas bondades de la Cuarta Revolución Industrial que para aquel entonces mencionaba Schwab en su artículo, eran sólo el comienzo de todo el potencial que desarrollaría en los años subsiguientes, y que aún hoy nos muestra todo un universo digital por descubrir.

Las empresas Bohemia y Emgepron, asumieron el reto de apoyarse en las nuevas tecnologías para potencializar, no sólo la comercialización de los productos que ofrecen, sino también mejorar la productividad; los esfuerzos por lograr estos objetivos se agudizaron con la pandemia del Covid 19, que les obligó a implementar muchas herramientas tecnológicas y a mejorar el uso de las que ya tenían. Apoyados entonces en las redes sociales, la inteligencia artificial y la industria 4.0, desarrollaron un marketing digital que les permitió mostrar la calidad de los bienes y servicios que ofrecen y los beneficios de negociar con ellos. Así mismo, posibilitó de manera altamente positiva, la relación empresa-cliente, haciéndola más coloquial, íntima y recíproca.

9.6 Conclusiones

Teniendo en cuenta cada una de las empresas visitadas en esta pasantía, se destaca el notable aporte a la innovación en cuanto a marketing digital que implemento la compañía Bohemia para la comercialización de cada uno de sus productos. La adopción de estas tecnologías modernas ha permitido mejorar sus estrategias de marketing, para poder llegar a un público más amplio. Para la empresa ha sido una pieza clave, gracias al impacto generado y su capacidad de adaptación a las tendencias digitales. además de potenciar la eficiencia y calidad de producción, para lo cual la inteligencia artificial ha sido un aliado fundamental, en la modernización y optimización de sus operaciones comerciales, éstas basadas en el análisis de datos e integración de redes sociales., que han facilitado la interacción con sus clientes, diferenciándose de la competencia, por crear un enfoque que se adapte a las necesidades de los consumidores en cuanto a los distintos sabores y expectativas que ofrece su cerveza.

En cuanto a la empresa Emgepron, de la ciudad de Rio de Janeiro, se observo que tiene una clara orientación estratégica en sus operaciones, debido a que su enfoque radica en la implementación de políticas y prácticas que buscan maximizar la eficacia, en la productividad de sus actividades comerciales. Su compromiso con la innovación, y excelencia de cada uno de sus servicios., han logrado mantener una posición solida en su sector. Cada una de las estrategias de mercadeo, que utilizó la compañía, le permitieron ampliar su demanda, incrementando sus ventas a través del comercio electrónico, lo que ayudo a ampliar su alcance y mejorar su presencia en el mercado. Una de las herramientas esenciales que utilizo Emgepron, en la comercialización de sus productos., fue la aplicación de la Big data, machine learning (I.A), para la fabricación de cada uno de sus proyectos, implementando un espacio de trabajo digitalizado para cada uno de sus trabajadores.

La Facultades Integradas Helio Alonso (FACHA), de la ciudad de Rio de Janeiro, utilizó la industria 4.0. para aumentar la interacción con sus estudiantes y su comunidad académica, la utilización de las redes sociales ha sido una herramienta esencial., para potenciar su presencia en el sector educativo. Realizando campañas publicitarias en la promoción de cada una de sus actividades, siendo una institución reconocida por su excelencia en el área de comunicación y la calidad de su cuerpo docente., a través de proyectos académicos y aplicación de las nuevas

tecnologías. Se distingue de las demás instituciones, por el compromiso en la formación, de profesionales altamente capacitados, lo que ha llevado a muchos estudiantes y egresados a destacarse en sus respectivos campos.

La Inteligencia artificial, también ha sido de gran utilidad en su comercialización, debido a la contribución, en el aprendizaje de su cuerpo estudiantil, mejoramiento de estrategias, y promoción de la innovación, en la enseñanza, jugando así un papel fundamental en la adaptación de un entorno en constante cambio, fortaleciendo su calidad educativa en la preparación de sus estudiantes para los desafíos que enfrentaran en el futuro.

9.7 Recomendaciones.

Se recomienda a la Universidad Santo Tomás de Aquino intensificar los programas de pasantías con universidades de otros países, especialmente con la carrera de Negocios Internacionales. Así mismo coordinar la logística de las pasantías en cuanto al tutor acompañante, el cual debe hablar, además del español, el idioma del país donde se realiza la pasantía, lo cual facilitará la comunicación e interacción y por ende la adquisición de aprendizajes. De igual forma implementar canales de interacción digital a través de convenios con empresas de otros países, no sólo en América sino también de Europa, que le permitan a los estudiantes de la carrera de Negocios Internacionales desarrollar proyectos Interactivos de pasantías apoyados en la industria 4.0. Y por último apoyarse en la industria 4.0, las nuevas tecnologías, las redes sociales y demás herramientas tecnológicas y digitales para desarrollar con los estudiantes proyectos que les ayuden a conocer y manejar dichas herramientas para su formación profesional.

9.8 Referencias

- Álvarez, M. y. (2020). Capítulo 9. Discusión, conclusiones y recomendaciones, en A. Martínez, M.L. Álvarez y A. García. En A. Martínez, *Impacto de la COVID-19 en la producción, empleo y digitalización de empresas en Guanajuato* (págs. 199-208). doi:<https://doi.org/10.21640/ns.v13ie.2795>
- Ashraf. (2020). *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 27, 1-9. Obtenido de Economic impact of government interventions during the COVID-19.
- Osores. (2021). TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA COMERCIALIZACIÓN. En C. R. Guamán. Revista Universidad y Sociedad.

Repsol, una compañía energética global. (2024b, marzo 25). REPSOL.
<https://www.repsol.com/es/index.cshtml>

Corporativa, I. (s. f.). Por ti, por el planeta | Líder en energías renovables - Iberdrola.
<https://www.iberdrola.com/>

RD Station. (s. f.). RD Station: Plataforma de Marketing Digital e Vendas no 1 BR.
<https://www.rdstation.com/>

Rock Content. (2021, 2 julio). Rock Content: Experiencias de contenidos que le van a encantar a tu público. Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/>

9.9 Anexos

Imagen 4. Empresa Bohemia





Imagen 5. Cristo Redentor





Imagen 6. Escaleras de Celaron





Imagen 7. Empresa Emgepron





Imagen 8. Pao de açúcar





Imagen 9. Faculdades Integradas Hélio Alonso (FACHA)





Imagen 10. Catedral Metropolitana de San Sebastián





Imagen 11. Museo del Mañana





