

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 práctica empresarial
ACOPI Regional Santander**

Natalia Álvarez Parada

Jorge Alberto Gómez Serpa

Docente Tutor

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga
División de ciencias económicas y administrativas
Facultad de Negocios Internacionales**

2018

TABLA DE CONTENIDO

Lista de figuras	5
Glosario	6
Resumen	8
Introducción	9
Justificación	10
2. Objetivos de la práctica	10
2.1 Objetivo General	10
2.2 Objetivos Específicos.....	11
3. Perfil de la empresa.....	11
3.1 Razón social de la empresa	11
3.2 Objeto social de la empresa.....	11
3.3 Domicilio Principal	13
3.4 Misión	13
3.5 Visión.....	13
3.6 Organigrama de la empresa.....	14
3.7 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa	14
4. Cargo a desempeñar	15
4.1 Cargo por desempeñar	15
4.2 Funciones asignadas	15
5. Marco conceptual y normativo	15
6. Aportes de la empresa.....	17
7. Aportes a la empresa (anexo de las funciones asignadas)	17
8. Recomendaciones y conclusiones	24

9. Bibliografía	25
------------------------------	-----------

Lista de figuras

<i>Figura 1.</i> Organigrama de la empresa.....	14
<i>Figura 2.</i> Tabla de Excel con base de datos.	18
<i>Figura 3.</i> Tabla de Excel con base de datos.	18
<i>Figura 4.</i> Carta de invitación.	19
<i>Figura 5.</i> Google drive.....	19
<i>Figura 6.</i> Post redes sociales.....	20
<i>Figura 7.</i> Carta con información de pendientes.....	20
<i>Figura 8.</i> Carta con información de pendientes.....	21
<i>Figura 9.</i> Instagram empresarial.	22
<i>Figura 10.</i> Facebook empresarial.	23
<i>Figura 11.</i> Página web.	23
<i>Figura 12.</i> Página web.	24

Glosario

- **Feria Virtual:** Es una plataforma desarrollada para la implementación de Espacios Virtuales, Centros de Negocios y Ferias Virtuales que pueden aplicar a sectores específicos del mercado. Es un exclusivo desarrollo para que expositores y visitantes de un sector puedan contactar a otras industrias de interés. (feriavirtual.co)

- **Acopi Global:** Es una RED SOCIAL DE NEGOCIOS DEL SISTEMA MODA que le apuesta a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, reuniendo expertos de la industria de la moda: confecciones, calzado, marroquinería y joyería. Convocando perfiles del sistema moda: fabricantes, compradores y proveedores en 12 países; Colombia, Ecuador, Perú, Chile, Argentina, Panamá, Costa Rica, Uruguay, Guatemala, México, Estados Unidos, Canadá. Mediante el cambio impulsamos el progreso en busca del desarrollo de negocios digitales: Branding, comunicación digital y empoderamiento de las nuevas generaciones. (www.acopi.com)

- **Transformación digital:** Son las nuevas oportunidades de estrategia de negocios que surgen gracias a la aparición de las tecnologías. Así mismo, este cambio no es sólo tecnológico sino que lleva consigo nuevas aptitudes tanto en las personas físicas así como en la reinención de organizaciones que afectan al mercado global tradicional. No está enfocada a la tecnología utilizada (Big Data, cloud, Internet de las cosas, movilidad, social business) sino en utilizarla para lograr los objetivos marcados. La transformación digital irá ligada con los objetivos y estrategias empresariales. (www.iebschool.com)

- **Ambiente Virtual:** Un ambiente virtual es el medio en el cual se realizan simulaciones de actividades que encontramos en el la vida cotidiana, esto lo hacemos con el propósito de llevarlas a un ambiente controlado y analizarlas con mayor profundidad. Permitiendo que en este medio virtual de prueba puedan ponerse a trabajar diferentes alteraciones del mismo llevando un

estudio completo de la simulación deseada. Teniendo en cuenta que la tecnología de hoy ha alcanzado grandes avances gracias a la innovación en el hardware y software que esta tecnología utiliza. De tal manera que nos permite hacer simulaciones cada vez más reales y complejas.

(www.umng.edu.co)

Resumen

El presente informe se deriva de la realización del proyecto de práctica empresarial, realizado en el área de marketing de la empresa ACOPI - Regional Santander, en el cargo asignado como Coordinadora de la Feria Ambiente Virtual ACOPI GLOBAL - Sistema moda y turismo, donde se cumplen funciones muy puntuales, incluyendo la identificación de bases de datos de compradores colombianos y extranjeros a invitar como expositores en el ambiente virtual, apoyo del desarrollo logístico del ambiente virtual, investigación de los países involucrados en el evento, realización de inteligencia de mercados para seleccionar los países que van a participar a partir de la base de datos de la Universidad Santo Tomas, entre otras.

Así mismo permite a conocer más a fondo las funciones y actividades desarrolladas en el cargo, teniendo en cuenta los objetivos generales y específicos propuestos en el proyecto, y los aportes significativos de la empresa ACOPI Regional Santander en el proceso de la práctica empresarial, los cuales se ven reflejados en las mejoras de las competencias del practicante, adquisición de experiencia, habilidades y destrezas en el campo personal y profesional para poder asumir cargos de mayor responsabilidad en campo laboral.

Introducción

Actualmente, la tecnología se ha vuelto un aspecto esencial en la vida de las personas; el desarrollo de esta ayuda a mejorar el nivel de vida, ya que satisface las necesidades con mayor facilidad. En general beneficia a todas las industrias, ya sea, medicina, turismo, educación, entre otras. Por supuesto también facilita la realización de negocios internacionales, pues elimina las barreras de comunicación y reduce la brecha entre los empresarios de todo el mundo, es por esto que ACOPI Regional Santander creó la Feria virtual AcopiGlobal 2018, una plataforma en la cual empresarios de 12 países podrán reunirse y hacer contacto para futuros negocios.

En este informe se presenta la información general de la empresa, se definen el cargo asignado, las funciones del cargo y las actividades que se requieren para el cumplimiento de cada una de las funciones. Una vez concluida la práctica empresarial, el estudiante contara con una experiencia laboral, donde se combinan directamente los conocimientos teóricos adquiridos en la carrera universitaria y la práctica desarrollada en el campo empresarial, conociendo todos los escenarios posibles dentro de las negociaciones internacional en tiempo real y permitiendo que el estudiante logre el potencial para apoderarse de cargos que representan mayor responsabilidad tanto en el campo laboral como profesional.

Justificación

Hoy en día uno de los requisitos más importantes a la hora de postularse para empezar la vida laboral es la experiencia, ya que esta es un aval de las capacidades, habilidades y conocimientos en dicho sector. Por esta razón se hace necesario complementar los conocimientos teóricos adquiridos durante la carrera profesional con el desarrollo de la práctica empresarial, la cual ofrece la oportunidad de experimentar situaciones que pongan a prueba la capacidad de llevar a la acción dichos conocimientos, actuando de manera responsable y segura.

En el proceso de formación como profesional en Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás y como último requisito, se debe escoger y realizar una modalidad de grado dentro de las cuales está la opción de la práctica empresarial, la cual representa una oportunidad de preparación para enfrentar el mundo laboral, que cada día es más exigente, pues se desarrollan actividades que se relacionan directamente con el mundo de los negocios internacionales, desde el proceso de contacto hasta el cierre de la negociación, así mismo fortalece las capacidades en el campo social y personal, como el trabajo en equipo, el sentido de pertenencia y compromiso en el momento de empezar a trabajar en cualquier empresa, el intercambio de conocimientos, la buena comunicación, la toma de decisiones, entre otras.

2. Objetivos de la práctica

2.1 Objetivo General

Se busca la aplicación, el desarrollo y la extensión de los conocimientos, actitudes, y habilidades, previamente adquiridos en el programa académico. Alcanzando las competencias y la capacidad para desempeñar las tareas y roles que se esperan de un Negociador Internacional. Esto con el fin de complementar la formación integral y de cumplir con las exigencias del mercado

laboral.

2.2 Objetivos Específicos

- Cumplir con las tareas y trabajos asignados por el director.
- Administrar y analizar las bases de datos ya existentes para descartar las que no son útiles o necesarias para los temas a trabajar con la empresa.
- Realizar Post publicitarios según necesidades que se vayan generando en la empresa.
- Generar expectativas acerca de la Feria Virtual por medio de Redes sociales.
- Convocar empresarios Nacionales para participar en los cursos realizados por SENA Bogotá en convenio con Acopi Santander.
- Convocar a la Feria virtual empresarios nacionales e internacionales vía Mail.
- Generar por medio de la divulgación de información gran cantidad de Inscripciones o registros a la Feria Virtual.

3. Perfil de la empresa

3.1 Razón social de la empresa

Asociación Colombiana de Micros, Pequeñas y Medianas Empresas ACOPI Regional Santander

3.2 Objeto social de la empresa

- Fomentar el desarrollo del sector empresarial, defender y promover sus intereses en general, para desarrollar programas de acción integral que permitan a cada empresa un alto nivel de gestión, productividad y competitividad.

- Organizar y participar a nivel local, nacional e internacional ferias, exposiciones y misiones en los diferentes sectores de los afiliados a ACOPI, pudiendo abrir la participacion a nivel departamental o nacional.
- Velar por el desarrollo social, economico y empresarial de sus afiliados bien sea como personas naturales o juridicas, micos, pequeños o medianos, procurando organizaciones innovadoras, abiertas, flexibles, modernas, que tengan como meta permanente el mejoramiento de sus niveles de gestion, productividad y competitividad.
- Adelantar actividades cientificas y tecnologicas, proyectos de investigación y creacion de tecnologias mediante ña celebracion de convenios especiales de cooperacion con entidades publicas nacionales e internacionales o las entidades descentralizadas del orden estatal o privadas que se ocupen del tema, asi como con universidades publicas o privadas.
- Representar a sus afiliados ante organismos internacionales, nacionales, departamentales y municipales, publicos o privados actuando cmo agente en la formulacion y ejecucion de politicas que contribuyan al fortalecimiento de cada sector, especialmente en los procesos de produccion, comercialización e industrialización
- Ejecutar actividades relacionadas conla formacion de alianzas productivas y de fortalecimiento de la capacidad de gestion tecnica, financiera y comercial.
- Tener como eje de sus actividades la capacitacion y aprendizaje permanente del talento humano de los afiliados para alcanzar los niveles optimos de calidad, productividad, y rentabilidad de las actividades, por transferencia de nuevas tecnologias.
- Intervenir y participar activamente en los asuntos relativos a sistema de gestion, regulacion, operación e integracion con respecto a la comunidad de naciones, tratados de libre coomercio, sus areas y mercados y las organizaciones mundiales.

- Defender y sostener ante las autoridades competentes las aspiraciones de cada sector para que sean tomadas en consideración al momento de expedir legislación reguladora.

En general, realizar todas las actividades que conduzcan al cumplimiento del objeto social de la asociación, a juicio de la asamblea de afiliados y la junta directiva, celebrando todos los actos y contratos, públicos y privados que se requieran.

3.3 Domicilio Principal

Dirección: Centro de Consultoría Universidad Santo Tomás, Zona Franca Santander

Teléfono +57 3153811405

Correo electrónico: comercial2@acopiglobal.com

Ciudad: Bucaramanga

3.4 Misión

“Representamos y promovemos el desarrollo sólido, eficiente y competitivo de las micro, pequeñas y medianas empresas de todos los sectores económicos y productivos de Santander, a través de su activa y comprometida participación en la estimulación, formación y promoción de oportunidades estratégicas para los negocios”.

3.5 Visión

“La ciudad vivirá en un ecosistema de la innovación recibiendo los insumos de los diferentes clústeres organizados. ACOPI será un actor relevante en el desarrollo económico y social siendo tenido en cuenta en la formulación e implementación de los planes de desarrollo local y regional

de la mano con otros gremios y cámara de comercio con programas de alto impacto de desarrollo empresarial. Seremos dinamizadores de la economía en la región.”

3.6 Organigrama de la empresa

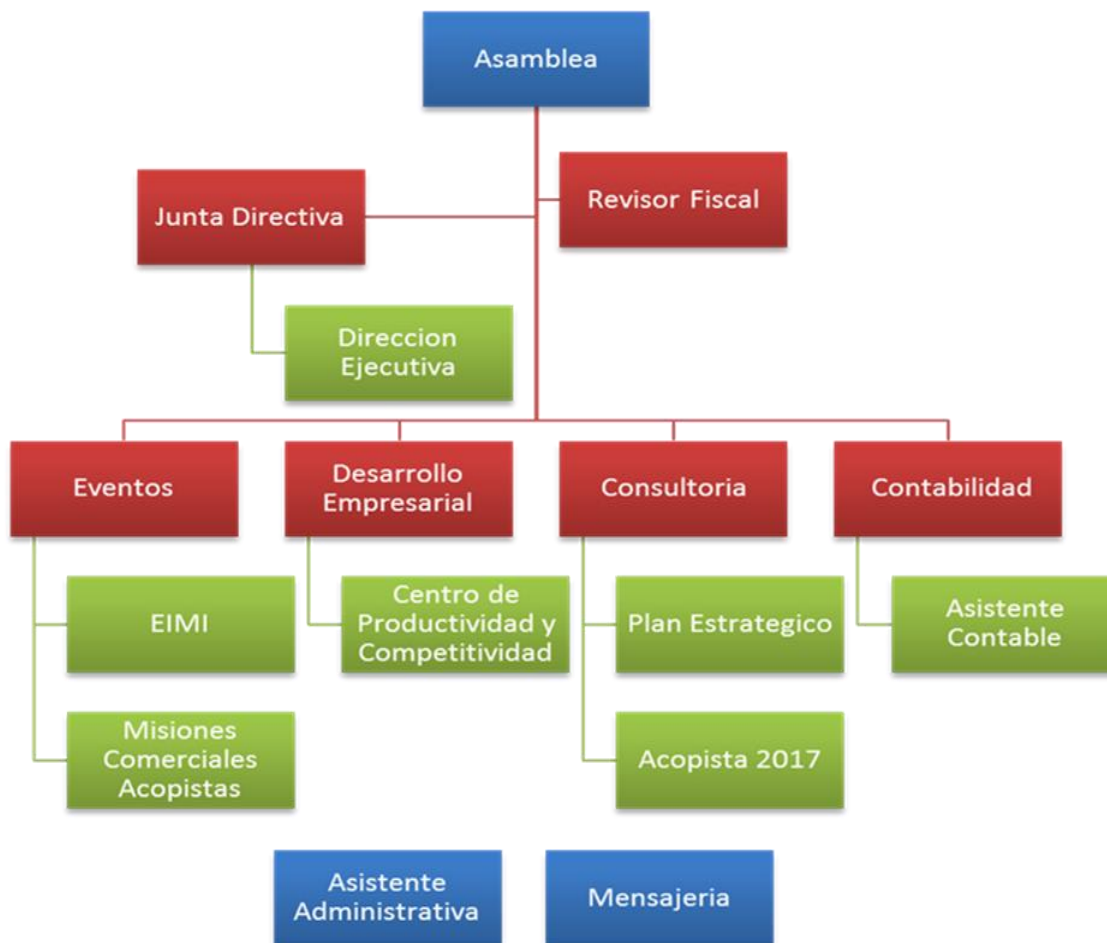


Figura 1. Organigrama de la empresa

3.7 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa

- Representatividad
- Ferias comerciales
- Convenios SENA de formación especializada

- Asesoría en gerencia MIPYME
- Consultoría en Marketing Estratégico
- Experiencias MIPYME

4. Cargo a desempeñar

4.1 Cargo por desempeñar

El cargo por desempeñar es el de Practicante - Coordinadora de la feria Ambiente Virtual de ACOPIGLOBAL - Sistema Moda y Turismo.

4.2 Funciones asignadas

- Realizar inteligencia de mercados para seleccionar los países a invitar al ambiente virtual, utilizando las bases de datos de la Universidad.
- Identificar bases de datos de compradores colombianos y extranjeros a invitar como Expositores en el ambiente virtual.
- Investigar países como: Ecuador, Argentina, Perú, Colombia, México, Estados Unidos, Chile, Costa Rica, Uruguay, Guatemala, Panamá y Canadá como potenciales comercializadores de prendas de vestir.
- Apoyar el desarrollo logístico de la Feria virtual.
- Ser soporte en el desarrollo de la Agenda Académica.
- Manejo de Pagina web y Redes Sociales.

5. Marco conceptual y normativo

La Feria Virtual es una plataforma desarrollada para la implementación de Espacios Virtuales, Centros de Negocios, que pueden aplicar a sectores específicos del mercado. Es un exclusivo

desarrollo para que expositores y visitantes de un sector puedan contactar a otras industrias de interés. (feriavirtual.co)

Gracias a la tecnología implementada por Hyperfair, compañía que provee una plataforma de realidad virtual personalizable, cualquier empresa y persona podrá apoyar dichos emprendimientos, incluyéndolos en su cadena productiva, en su lista de proveedores empresariales o personales; o apadrinándolos para contribuir a su fortalecimiento a través de inversión o mentorías.

La feria virtual permite a los visitantes tener una experiencia social de negocios diferente, desde cualquier lugar del mundo y de manera totalmente gratuita. Los usuarios tienen la opción de personalizar su avatar con su forma de vestir a la hora de hacer negocios, agregar información corporativa en su perfil para facilitar la interacción con otros participantes en la feria, recopilar información de interés en su portafolio virtual para aumentar su red de contactos, y conocer sus emprendimientos de interés en mayor detalle, ya que los stands cuentan con información disponible en PDF, imágenes y videos de los productos y servicios, que permiten ser guardados en el portafolio virtual para ser descargados posteriormente.

Durante esta experiencia en 3D, también se puede acceder a charlas de diferentes expertos en temas como construcción de sueños, liderazgo, ecosistema digital, aceleración de negocios verdes, emprendimiento y tecnología, resolución creativa de problemas, motivación y generación de confianza, felicidad, innovación y sostenibilidad.

La facilidad de comunicarse con cualquier persona que se encuentre en la feria virtual - tanto con los emprendimientos expositores como con los demás visitantes - transforma la manera de hacer negocios y de construcción de redes. Esto es posible gracias a las diferentes opciones que ofrece la plataforma: chat completo, video llamada por Skype e intercambio de tarjetas de

presentación que se guardarán automáticamente en el portafolio virtual de cada participante. También es posible realizar búsquedas de personas o empresas, y teletransportarse hasta el lugar que sea de interés visitar en el mapa de la feria, el cual permite visualizar todos los pabellones, categorizados por actividad económica, así como los estands que los conforman. Durante esta experiencia en 3D, también se puede acceder a charlas de diferentes expertos.

La facilidad de comunicarse con cualquier persona que se encuentre en la feria virtual - tanto con los emprendimientos expositores como con los demás visitantes - transforma la manera de hacer negocios y de construcción de redes. Esto es posible gracias a las diferentes opciones que ofrece la plataforma: chat completo, video llamada por Skype e intercambio de tarjetas de presentación que se guardarán automáticamente en el portafolio virtual de cada participante. También es posible realizar búsquedas de personas o empresas, y teletransportarse hasta el lugar que sea de interés visitar en el mapa de la feria, el cual permite visualizar todos los pabellones, categorizados por actividad económica, así como los estands que los conforman.

6. Aportes de la empresa

La experiencia que aporta la empresa ACOPI Regional Santander al estudiante, representa nuevos conocimiento y un aprendizaje invaluable, puesto que vive un acercamiento directo con un entorno responsable y competitivo, poniendo en práctica los conocimientos teóricos previos y desarrollando así nuevas habilidades que le servirán en el ambiente laboral, incluyendo el trabajo en equipo, la buena comunicación con el resto de los trabajadores, la correcta distribución del tiempo para terminar las tareas asignadas, el criterio para la toma de decisiones, la resolución de conflictos, entre otras.

7. Aportes a la empresa (anexo de las funciones asignadas)

- Realizar Inteligencia de mercados:

BASE DE DATOS CUANTIFICADA ☆ ■

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Complementos Ayuda Accesibilidad Última modificación de Direct

100% \$ % .0 .00 123 Arial 10 B I S A

	A	B	C	D	E
1	CONTACTOS ACOPI PARA SOCIALIZAR				
2	INVITADOS	NACIONAL	INTERNACIONAL	TOTAL	
3	CALZADO	1883	125	2008	
4	JOYERIA	416	308	724	
5	MODA INFANTIL (EIMI)	212	819	1031	
6	CONFECCIONES	3251	703	3954	
7	TOTAL	5762	1955	7717	
9	CONTACTOS ACOPI PARA SOCIALIZAR (CALZADO)			CONTACTOS ACOPI PARA SOCIALIZAR (JOYERIA)	
10	PAISES	N° EMPRESAS		PAISES	N° EMPRESAS
11	COLOMBIA	1882		ARGENTINA	23
12	PERU	17		CANADA	157
13	COSTA RICA	8		CHILE	52
14	ESTADOS UNIDOS	1		COLOMBIA	416
15	CANADA	99		COSTA RICA	7
16	TOTAL	2007		ECUADOR	13
17				GUATEMALA	3
18	CONTACTOS ACOPI PARA SOCIALIZAR (EIMI)			MEXICO	2
19	PAISES	N° EMPRESAS		PANAMA	35
20	ARGENTINA	64		URUGUAY	15
21	CHILE	1		TOTAL	723
22	COLOMBIA	212			
23	COSTA RICA	1		CONTACTOS ACOPI PARA SOCIALIZAR (CALZADO)	
24	ECUADOR	9		PAISES	N° EMPRESAS
25	ESTADOS UNIDOS	290		CANADA	303
26	MEXICO	121		COLOMBIA	3250
27	PERÚ	42		COSTA RICA	20
28	TOTAL	740		ESTADOS UNIDOS	307
29				PERÚ	74
30				TOTAL	3954
31					

Figura 2. Tabla de Excel con base de datos.

Nueva Base de Datos ☆ ■

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Complementos Ayuda Accesibilidad Última modificación el 10 de julio

100% \$ % .0 .00 123 Arial 10 B I S A

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
	NOMBRE	EMPRESA	SECTOR	PAIS	TELEFONO	CORREO	PAGINA WEB	INSTAGRAM	FACEBOOK	TWITTER	SKYPE	Propuesta de valor	Observaciones
1	Lisbeth Garcia	A1 Kids	Confección infantil	Estados Unidos	7867753606			A1kids inc					
3	Alberto Inocente	NOVEDADES DEL MUNDO EIRL (Peru) - Clarent's Jeans (Bogota CO)	Productos vinculados a la moda	Peru / Colombia	(51) 950968439	ainocente@andinaholding.com	http://www.clarentsjeans.com.co/	Clarentsjeans	Novedades del mundo EIRL / Clarent's Jeans	Clarentsjeans			
4	Cleiton Rosa	Mca Textil	Confecciones	Brasil	(55) 47 3032-3100	cleiton@mcatextil.com.br							
5	Maria Felix	Calzado Maria Felix	Calzado	Colombia	315 8992951			Calzado Maria Felix	Calzado Maria Felix				
6	Juliana Valencia	Alvanon, inc	Confecciones	Estados Unidos	212.868.4318 ext 135 / (1)2052153344	juliana.valencia@alvanon.com	https://alvanon.com/	alvanoninc	alvanon	alvanon	juliana.valencia.1		Consultores en tallaje.
7	Ricardo Ulloa	DHL	Otros	Colombia	3212019236								
8	Vilma Mora	ULTRABOX	otros	Colombia	Cel: 3174266453 Wapp: 3153005963	vilma.mora@ultrabox.com	https://www.ultrabox.com/principales/autenticidad/	ultrabox_col	Ultraboxcol	Ultraboxcol			
9		Ritual	Moda deportiva	Colombia	3184626877	info@ritualcollection.com	www.ritualcollection.com	ritualcollection					
10	Viviana Rivera	Flint	Moda para mujeres	Colombia Bogota		vivianarivera@flint.com.co		flint_oficial					
11	Belinda Pineda	Belinda Pineda Beachwear	Moda para la playa	Colombia Barranquilla Medellin	3006087896	Belinda@belindapineda.com		belindapineda@ovandswimwear					
12		Wei	Moda para mujeres	Colombia Medellin	3113191258			ventaswei					
13		Sabka	Jeans para mujeres	Colombia Risaralda	3216976503			sabkajeans	sabka jeans				
14		Classmont	Calzado	Colombia Bogota	3123076510	ejecutivodigital@smartseller.co		classmont					
15		Patucos	Artículos para bebés	España			www.patucos.us	patucosbaby					
16	Carmen blanchars	Carmen blanchars	Moda para mujeres	Colombia Barranquilla	3003236331	blancharcarmen@gmail.com		carmenblancharp					
17		zavatty	zapatos bolsos y accesorios	Colombia	3184315972	serviciocliente@zavatty.com	www.zavatty.com	zavatty					fabricantes y comercializadores de calzado
18		Babalu	Ropa deportiva/ vestidos de baño/ lencería.	Colombia Medellin	18000424999	mercadeo@babalufashion.com	www.babalufashion.com	babalufashion					

Figura 3. Tabla de Excel con base de datos.

- Invitación a compradores a la Feria Virtual

1. INFORMACIÓN CORREOS

marzo

INFORMACIÓN DESDE EL CORREO DE ACOPI EN ESPAÑOL:

Se adjunta en ellos la carta en español donde está la información del evento.



Bucaramanga Marzo 2018

Estimado EMPRESARIO

ACOPI SANTANDER, gremio que representa los intereses de la MiPYME, desarrolló una red social de negocios la cual está orientada a estimular la transformación digital de las empresas del sistema moda mediante la realización del segundo ambiente virtual.

Este evento se va a realizar del **22 al 29 de julio del 2018**. Seguiremos **innovando** en el **RELACIONAMIENTO COMERCIAL** para impulsar los **negocios digitales**:

- La **demand**a (compradores) será quienes exhiben sus necesidades en un stand virtual.
- La **oferta** (fabricantes) ingresaran al evento con su avatar a conocer los planes de compra.

Moda infantil	Colombia, Ecuador, Perú, Chile, México, USA y Costa Rica.
Confecciones y Calzado de adulto	Colombia, Ecuador, Perú, Chile, México, USA, Canadá y Costa Rica
Joyería	Colombia, Perú, Panamá, México, Chile, Ecuador, USA, Canadá, Costa Rica, Argentina, Uruguay, Guatemala.

¿Cómo participar?

1. Registro gratuito <https://goo.gl/forms/y1nnwS4JRBuUWjg2>
2. Autorización para publicar su empresa en la página web del evento www.acopiglobal.com
3. Para los participantes pagar la inscripción:
 - Fabricantes antes del 22 de abril USD\$ 122

Figura 4. Carta de invitación.

Acopiglobal 2018 > Nuevo formato Ambiente Virtual > Cartas >

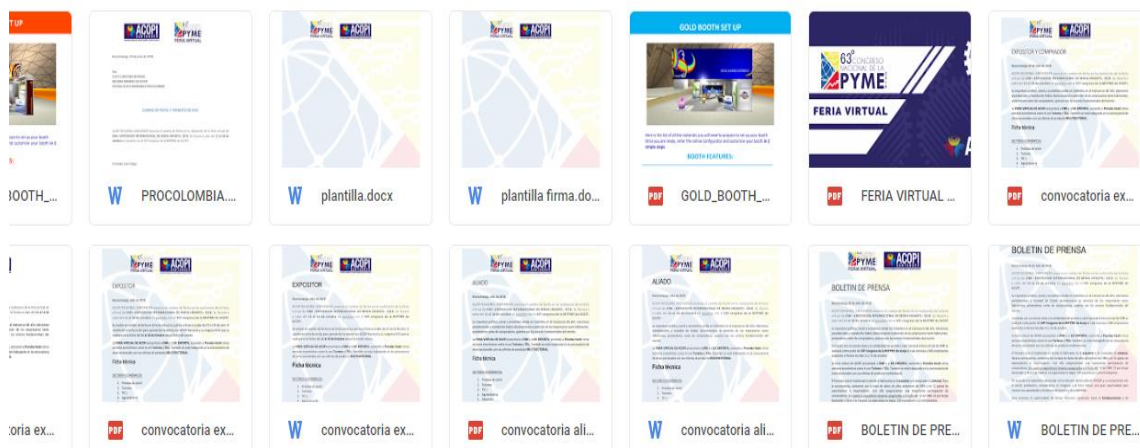


Figura 5. Google drive.

- Investigación de países potenciales para comercialización de prendas de vestir

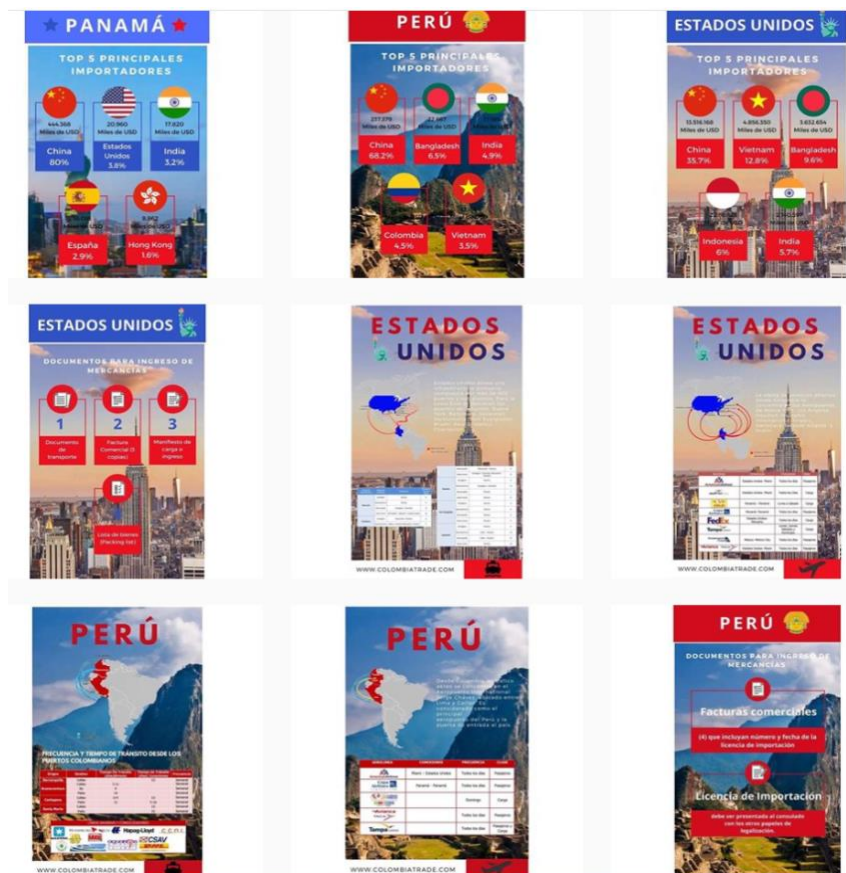


Figura 6. Post redes sociales.

- Apoyo logístico de la Feria Virtual y Desarrollo de la Agenda Académica

PLAN DE TRABAJO SEMANA DEL 19 – 23 DE FEBRERO 2018

1. Realizar carta Informativa sobre el evento para los empresarios (Ingles/ Español)
2. Realizar Post Informativo sobre el evento para adjuntar al correo a enviar de los empresarios.
3. Realizar formulario de inscripción
4. Enviar Cartas informativas a los diferentes entes para aprobación del contenido (Pro Colombia, Cámara de Comercio, Centro de consultoría Univ. Santo tomas, TSM)
5. Actualizar bases de datos.
6. Actualizar Pagina Web.
7. Enviar carta a empresarios con la información del evento.
8. Ir actualizando las bases de datos según respuestas de los empresarios de acuerdo a su permanencia dentro de ellas.
9. Ir actualizando la pagina web, donde se irá incluyendo la información de las empresas a medida que ellas se van inscribiendo al evento.

Figura 7. Carta con información de pendientes.

REDISEÑO - LISTA DEBERES

1. Carta a los ya inscritos contando el cambio del evento:
 - o Expositores - Compradores
2. Carta de invitación al evento:
 - o Expositores - Compradores
3. Cartas a los aliados informando el cambio de fecha y concepto
4. Cartas a los aliados para que se ofrezcan los cursos
 - o Sena
 - o Manuela Beltrán
 - o Unidades Tecnológicas
5. Carta con el link de pago.
6. Presentación de los 12 Países con los que se va a trabajar, explicación detallada de los mercados. (Universidad Santo Tomás) [2]
7. Realizar formulario de campaña (DE EXPECTATIVA) donde los empresarios participantes nos comenten un poco acerca de lo que quisieran encontrar en el evento, en las actividades, los cursos, etc.
8. Realizar Formulario ingreso a Zona Franca
9. Realizar Formulario para los cursos
10. Realizar nuevo formulario de registro directo en la plataforma (Carlos Hong) [2]
11. Realizar PDF con cronograma de actividades
12. Página Web
 - o Cambiar colores de la página
 - o Cambiar portada Era digital
 - o Cambiar post de inscripción (Ingles / Español)
 - o Cambiar los valores de participación
 - o Agregar boton de pago
13. Piezas a realizar:
 - o Post contando el cambio de fecha
 - o Post mostrando el nuevo concepto del evento
 - o Pieza de invitación general para todos los participantes.
 - o Cronograma de actividades
 - o Piezas de convocatoria a expositores por parte de la alianza Acopi-TSM
 - o Piezas de invitación para participantes internacionales por cámara de comercio de Bucaramanga
 - o Piezas de invitación para participantes nacionales por Propais
 - o Piezas de invitación a compradores de EIMI a la tienda de moda infantil en Neos Moda San Victorino
 - o Posts contando la activación de los stands
 - o Post con el link de pago
 - o Post para lanzamiento del evento

Figura 8. Carta con información de pendientes.

- ### ACOPGI GLOBAL 2018

¡INSCRIBETE GRATIS EN NUESTRO AMBIENTE VIRTUAL!

www.acopgi-global.com

AMBIENTE VIRTUAL 2018

¡REGÍSTRATE GRATIS EN

www.acopgi-global.com

¡VENTAJAS!

IMPULSA LA CULTURA DE LA INNOVACIÓN DENTRO DE LA EMPRESA

DESARROLLA LA CAPACIDAD DE RESPUESTA RAPIDA ANTE LOS CAMBIOS EN EL MERCADO

SEGURO NUEVAS FUENTES DE

VENTAJAS

CONSEJO EXPERIMENTADO PARA EL MANEJO DE LA INNOVACIÓN

REVISAR LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

PARA UNA FUTURA CONSTRUCCIÓN DE LA INNOVACIÓN

EL NEGOCIO

TRANSMISIÓN DIGITAL

EL CLIENTE

EL PRODUCTO

EL PROCESO

¡VENTAJAS!

IMPULSA LA CULTURA DE LA INNOVACIÓN DENTRO DE LA EMPRESA

DESARROLLA LA CAPACIDAD DE RESPUESTA RAPIDA ANTE LOS CAMBIOS EN EL MERCADO

SEGURO NUEVAS FUENTES DE

VENTAJAS

CONSEJO EXPERIMENTADO PARA EL MANEJO DE LA INNOVACIÓN

REVISAR LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

PARA UNA FUTURA CONSTRUCCIÓN DE LA INNOVACIÓN

EL NEGOCIO

TRANSMISIÓN DIGITAL

EL CLIENTE

EL PRODUCTO

EL PROCESO

¡VENTAJAS!

IMPULSA LA CULTURA DE LA INNOVACIÓN DENTRO DE LA EMPRESA

DESARROLLA LA CAPACIDAD DE RESPUESTA RAPIDA ANTE LOS CAMBIOS EN EL MERCADO

SEGURO NUEVAS FUENTES DE

VENTAJAS

CONSEJO EXPERIMENTADO PARA EL MANEJO DE LA INNOVACIÓN

REVISAR LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

PARA UNA FUTURA CONSTRUCCIÓN DE LA INNOVACIÓN

EL NEGOCIO

TRANSMISIÓN DIGITAL

EL CLIENTE

EL PRODUCTO

EL PROCESO

¡VENTAJAS!

IMPULSA LA CULTURA DE LA INNOVACIÓN DENTRO DE LA EMPRESA

DESARROLLA LA CAPACIDAD DE RESPUESTA RAPIDA ANTE LOS CAMBIOS EN EL MERCADO

SEGURO NUEVAS FUENTES DE

VENTAJAS

CONSEJO EXPERIMENTADO PARA EL MANEJO DE LA INNOVACIÓN

REVISAR LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

PARA UNA FUTURA CONSTRUCCIÓN DE LA INNOVACIÓN

EL NEGOCIO

TRANSMISIÓN DIGITAL

EL CLIENTE

EL PRODUCTO

EL PROCESO

¡VENTAJAS!

IMPULSA LA CULTURA DE LA INNOVACIÓN DENTRO DE LA EMPRESA

DESARROLLA LA CAPACIDAD DE RESPUESTA RAPIDA ANTE LOS CAMBIOS EN EL MERCADO

SEGURO NUEVAS FUENTES DE

VENTAJAS

CONSEJO EXPERIMENTADO PARA EL MANEJO DE LA INNOVACIÓN

REVISAR LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

PARA UNA FUTURA CONSTRUCCIÓN DE LA INNOVACIÓN

EL NEGOCIO

TRANSMISIÓN DIGITAL

EL CLIENTE

EL PRODUCTO

EL PROCESO

¡VENTAJAS!

IMPULSA LA CULTURA DE LA INNOVACIÓN DENTRO DE LA EMPRESA

DESARROLLA LA CAPACIDAD DE RESPUESTA RAPIDA ANTE LOS CAMBIOS EN EL MERCADO

SEGURO NUEVAS FUENTES DE

VENTAJAS

CONSEJO EXPERIMENTADO PARA EL MANEJO DE LA INNOVACIÓN

REVISAR LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

PARA UNA FUTURA CONSTRUCCIÓN DE LA INNOVACIÓN

EL NEGOCIO

TRANSMISIÓN DIGITAL

EL CLIENTE

EL PRODUCTO

EL PROCESO

¡VENTAJAS!

IMPULSA LA CULTURA DE LA INNOVACIÓN DENTRO DE LA EMPRESA

DESARROLLA LA CAPACIDAD DE RESPUESTA RAPIDA ANTE LOS CAMBIOS EN EL MERCADO

SEGURO NUEVAS FUENTES DE

VENTAJAS

CONSEJO EXPERIMENTADO PARA EL MANEJO DE LA INNOVACIÓN

REVISAR LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

PARA UNA FUTURA CONSTRUCCIÓN DE LA INNOVACIÓN

EL NEGOCIO

TRANSMISIÓN DIGITAL

EL CLIENTE

EL PRODUCTO

EL PROCESO

¡VENTAJAS!

IMPULSA LA CULTURA DE LA INNOVACIÓN DENTRO DE LA EMPRESA

DESARROLLA LA CAPACIDAD DE RESPUESTA RAPIDA ANTE LOS CAMBIOS EN EL MERCADO

SEGURO NUEVAS FUENTES DE

VENTAJAS

CONSEJO EXPERIMENTADO PARA EL MANEJO DE LA INNOVACIÓN

REVISAR LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

PARA UNA FUTURA CONSTRUCCIÓN DE LA INNOVACIÓN

EL NEGOCIO

TRANSMISIÓN DIGITAL

EL CLIENTE

EL PRODUCTO

EL PROCESO

¡VENTAJAS!

IMPULSA LA CULTURA DE LA INNOVACIÓN DENTRO DE LA EMPRESA

DESARROLLA LA CAPACIDAD DE RESPUESTA RAPIDA ANTE LOS CAMBIOS EN EL MERCADO

SEGURO NUEVAS FUENTES DE

VENTAJAS

CONSEJO EXPERIMENTADO PARA EL MANEJO DE LA INNOVACIÓN

REVISAR LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

PARA UNA FUTURA CONSTRUCCIÓN DE LA INNOVACIÓN

EL NEGOCIO

TRANSMISIÓN DIGITAL

EL CLIENTE

EL PRODUCTO

EL PROCESO

Figura 9. Instagram empresarial.



Figura 10. Facebook empresarial.



Figura 11. Página web.



Figura 12. Página web.

8. Recomendaciones y conclusiones

Las prácticas desarrolladas en la empresa ACOPI Regional Santander es vista como una excelente oportunidad de crecimiento, pues se enfrenta con responsabilidades reales y obstáculos que debe enfrentar con el mayor profesionalismo y pone a prueba todas sus habilidad y destrezas para resolverlos de la manera más eficaz y eficiente, de esta forma se prepara para competir en el ambiente laboral.

Por parte de la empresa, es recomendable contratar un mayor número de personal para que así las actividades sean desarrolladas de la mejor manera y eficientemente, pues así las responsabilidades no son concentradas en un menor número de personas y las tareas son terminadas y entregadas de la mejor manera.

9. Bibliografía

Acopiglobal.com. (2018). [en línea] disponible en: <http://www.acopiglobal.com/>

Feriavirtual.co. (2018). Ferias Virtuales | Centros de Negocios Online | Virtualización de Eventos. [en línea] Disponible en: <http://feriavirtual.co>

Iebschool.com. (2018). IEBS - La Escuela de Negocios de la Innovación y los Emprendedores. [en línea] disponible en: <https://www.iebschool.com/>

Oim.org.co. (2018). [en línea] disponible en: <http://www.oim.org.co/news/feria-virtual-una-ventana-para-so%C3%B1ar-revoluciona-la-forma-de-hacer-negocios-con-impacto-social>

Umng.edu.co. (2018). Ambientes virtuales - UMNG. [en línea] disponible en: <http://www.umng.edu.co/ambientes-virtuales>