

**Informe de práctica empresarial realizado en el Centro de Consultoría Empresarial  
Universidad Santo Tomás**

**Johan Esteban Navarro Duarte**

**Informe final de práctica empresarial presentado para optar el título de Profesional en  
Negocios Internacionales**

**Director**

**Carolina Barrios Mendoza**

**Magíster en Administración**

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

**División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables**

**Facultad de Negocios Internacionales**

**2025**

### **Dedicatoria**

Este logro se lo dedico con amor y gratitud, a mi familia, quienes con su incondicional apoyo fueron la base sobre la cual construí este camino. Gracias a ellos, pude alcanzar esta anhelada meta.

De manera especial, dedico este triunfo a mi mamá. A pesar de las dificultades, siempre estuvo pendiente de mí, brindándome apoyo emocional en cada momento. Desde la distancia, me alentó a seguir adelante, recordándome con esa gran fortaleza mental que la caracteriza que los frutos del esfuerzo no tardarían en llegar. Gracias a su convicción, aprendí a creer que estaba destinado a lograr grandes cosas.

A mi familia, que siempre ha estado orgullosa de cada uno de mis pasos, les agradezco profundamente las palabras de aliento, las visitas en vacaciones que me recargaban de motivación, y las llamadas en los momentos difíciles. Nunca olvidaré el cariño que me hacían llegar en pequeñas “cajitas” llenas de detalles que, aunque pudieran parecer simples, tenían para mí un valor incalculable.

### **Agradecimientos**

Quiero compartir mi más profundo agradecimiento a las personas que hicieron posible la culminación de mi primer título profesional, sabiendo que ellos han sido un aporte importante en esta feliz etapa como lo fue mi vida en la universidad.

Agradezco a la Universidad Santo Tomás por abrirme las puertas a este mundo del conocimiento, por brindarme todas las herramientas necesarias para poder tener un aprendizaje de calidad, gracias a ellos termino no solo como profesional, si no como también una buena persona, agradezco también por confiar en mí, permitiéndome hacer parte por seis meses del departamento de innovación e investigación y sobre todo por abrirme las puertas en el mundo laboral, confiando en mis capacidades para realizar mis prácticas profesionales dentro del centro de consultoría, estaré eternamente agradecido por su compromiso y por permitirme decir orgullosamente soy un profesional tomasino.

A mi tutora Carolina Barrios Mendoza, quien fue mi guía en todo este proceso de acercamiento al mundo laboral y a su paciencia en mi proceso de adaptación.

Quiero cerrar con tal vez lo más lindo que pude adquirir durante estos 4 años, a mis amigos y compañeros que hicieron que este viaje haya sido la mejor experiencia de mi vida, agradecerles por brindarme esos momentos tan alegres que vivíamos en los jardines o cualquier esquina de la universidad, después de salir de alguna clase, llevaré esos recuerdos siempre en mi mente con mucho amor y aprecio.

## Contenido

Introducción .....	11
1. Informe de práctica empresarial realizado en el Centro de Consultoría Empresarial (CCE) 12	
1.1 Contexto de la práctica empresarial .....	12
1.2 Justificación.....	12
1.3    Objetivos .....	13
1.3.1 Objetivo general .....	13
1.3.2 Objetivos específicos .....	13
2. Perfil de la empresa.....	13
2.1 Razón social de la empresa .....	13
2.2 Objeto social de la empresa.....	14
2.3 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa .....	14
2.4 Estructura organizacional.....	14
2.4.1 Misión de la empresa.....	14
2.4.2 Visión de la empresa.....	15
2.4.3 Organigrama de la empresa .....	15
2.5 Aspectos económicos .....	16
2.5.1 Entorno macroeconómico.....	16
2.5.2 Entorno microeconómico .....	19
2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa .....	21
2.7 Aspectos del mercado que atiende la empresa .....	21
3. Cargo y funciones desempeñadas .....	21
3.1 Cargo desempeñado .....	22

3.2 Funciones asignadas .....	22
3.3 Procesos, procedimientos y herramientas .....	24
4. Marco conceptual y normativo .....	25
4.1 Marco conceptual .....	25
4.2 Marco normativo .....	26
5. Aportes .....	28
5.1 Propuesta de valor agregado a la empresa .....	28
5.1.1 Identificación de la situación problemática .....	28
5.1.2 Contribución de conocimiento a la empresa .....	29
5.1.3 Impacto desde los resultados y/o logros .....	30
5.2 Aportes de la empresa al proceso formativo .....	35
5.3 Plan de mejora .....	35
6. Conclusiones y recomendaciones .....	48
Referencias .....	50

**Lista de tablas**

**Tabla 1.** *Listado de funciones y horas asignadas* ..... 23

**Tabla 2.** *Procesos, procedimientos y herramientas* ..... 24

**Tabla 3.** *Cronograma de actividades semanales* ..... 29

**Tabla 4.** *Propuesta plan de mejora Centro de Consultoría Empresarial* ..... 36

**Tabla 5.** *Cronograma de acciones para mayor reconocimiento del CCE*..... 45

**Tabla 6.** *Cronograma de acciones para reestructuración de manejo de las redes sociales* ..... 47

**Lista de figuras**

**Figura 1.** *Organigrama Centro de Consultoría Empresarial*..... 15

**Figura 2.** *Análisis PEST – Centro de Consultoría Empresarial*..... 19

**Figura 3.** *Matriz DOFA – Centro de Consultoría Empresarial*..... 20

**Figura 4.** *Visualizaciones de historias - Centro de Consultoría Empresarial*..... 31

**Figura 5.** *Interacción digital - Centro de Consultoría Empresarial*..... 32

**Figura 6.** *Participación de otras cuentas con el contenido del Centro de Consultoría Empresarial*  
..... 33

**Figura 7.** *Número de cuentas alcanzadas en el último mes en CCE* ..... 34

**Figura 8.** *Calendario de Consultorías, pág. 1* ..... 37

**Figura 9.** *Calendario Consultorías pág. 2* ..... 38

**Figura 10.** *Previsualización Calendario Consultorías con ocupación* ..... 39

### **Resumen**

En el presente informe se encuentra descriptivamente los procesos y experiencias que se llevaron a cabo durante el proceso de prácticas profesionales en el Centro de Consultoría Empresarial. El centro, ubicado dentro de la zona franca Santander, pertenece a la Universidad Santo Tomás, seccional Bucaramanga, quién brinda ayuda a empresas y empresarios, en Consultorías y Asesorías en áreas empresariales, entrenamiento empresarial, proyectos de cofinanciación, acompañamiento en Emprendimiento, creatividad e innovación empresarial.

Dentro del proceso de práctica empresarial se busca afianzar conocimientos y aplicarlos en situaciones donde posibilite el desarrollo de habilidades que permitan complementar el perfil de un profesional en negocios de manera integral, desarrollando así nuevas habilidades debido a la variabilidad de actividades ejercidas.

*Palabras clave:* internacionalización, investigación de mercados, consultorías, mercado potencial, empresas

### **Abstract**

This report describes the processes and experiences that were carried out during the professional internship process within the Business Consulting Center. The Business Consulting Center, located within the Santander free zone, belongs to the Santo Tomás University, Bucaramanga section, who provides help to companies and entrepreneurs depending on their nature and need in activities such as, Consulting and Advisory in business areas, business training, co-financing and support projects in Entrepreneurship, creativity and business innovation.

Within the business practice process, the aim is to strengthen knowledge and put it into practice in situations where, in such a way as to allow the development of skills that complement the profile of a more integrated business professional, thus developing new skills due to the variability of activities carried out.

*Keywords:* internationalization, market research, consulting, potential market, companies

## Glosario

*Consultorías:* la consultoría se entiende como un proceso de practica donde se busca obtener conocimiento o mejorar procesos y actividades empresariales con el principal propósito de mejorar la eficiencia y así mismo reducir costos, sin necesidad de discriminar por tipo de actividad empresarial o magnitud (Acero, 2024).

*Engagement:* el engagement, aunque bien no tiene una traducción exacta en el idioma español, su definición si es la misma en todos los idiomas y hasta comparte definición con áreas como psicología, sociología y marketing, donde esta va relacionado con el poder, la atracción y participación eficaz de un grupo de personas o cosas, obtenidas gracias al trabajo realizado (Eliana & Jennifer, 2023).

*Importación:* actividad bien sea comercial o no, donde se introducen bienes y/o servicios de manera legal en un territorio nacional definido (DIAN, 2022).

*Inteligencia de mercados:* conjunto de actividades que se especializa en la recolección y definición de datos, donde se logra como objetivo principal identificar la competencia, las fortalezas, las oportunidades y demás variables externas que permiten que un producto llegue a tener alta aceptabilidad en un mercado sin tener en cuenta el tamaño de la empresa (Florez, 2023).

*Internacionalización:* proceso que involucra actividades productivas o comerciales en un país diferente al país de origen de la empresa, característico por no ser un proceso estático, sino dinámico debido a los cambios del entorno (Fanjul, 2021).

*Zona franca:* zona geográfica específica delimitada dentro del territorio aduanero nacional, donde normalmente se realizan actividades de producción de bienes y de servicios regulados bajo una normatividad especial en aspectos aduaneros y tributarios que los ampara por ejercer actividades en ese espacio (MINCIT, 2022).

## **Introducción**

El presente trabajo describe la experiencia y aprendizaje adquirido durante el proceso de práctica realizado en el Centro de Consultoría Empresarial, ubicado en Zona Franca Santander, durante un periodo de seis (6) meses entre los años 2024 y 2025, donde se realizó actividades de acompañamiento y de mejora en los procesos del CCE.

Dentro de los principales servicios ofrecidos por el CCE, se encuentran procesos de asesoramiento y consultoría empresarial, además se comparten instrumentos de internacionalización utilizados como herramienta para tener un acercamiento real a las áreas del comercio internacional, donde también permite espacios para que estudiantes aprendan acerca de los procesos de los negocios internacionales.

Durante proceso de prácticas se identifican oportunidades de mejora, principalmente en el área de divulgación de información como lo son las redes sociales, donde se vio poca actividad que permitiera un mayor alcance y reconocimiento del centro, para esto se implementó un plan semanal de redes sociales, donde se planeaba un cronograma de publicaciones que fuera de interés para el público objetivo.

## **1. Informe de práctica empresarial realizado en el Centro de Consultoría Empresarial (CCE)**

### **1.1 Contexto de la práctica empresarial**

El desarrollo de practica empresarial se lleva a cabo en el Centro de Consultoría Empresarial (Universidad Santo Tomás) ubicado en zona franca Santander, donde se priorizan actividades como el acompañamiento de asesorías, realizadas por los consultores de la universidad en el programa “FUTUROS EXPORTADORES” de la cámara de comercio y Procolombia, ejecutando actividades como, agendamiento de consultorías, apoyo a empresarios en los procesos de acompañamiento, realización de informes individuales por consultoría, registro de actividades en la plataforma “NEO” de Procolombia. Adicional se es responsable de todas las actividades administrativas del CCE y también se realiza apoyo al programa Santoto Challenge.

### **1.2 Justificación**

La vinculación del practicante al Centro de Consultoría Empresarial se da por la necesidad de optimizar los procesos internos de la empresa, facilitando la gestión de cronogramas, asesorías con los empresarios y despejamiento de dudas acerca de las consultorías, dado que un profesional con este perfil es idóneo ya que cuenta con conocimientos básicos en las principales áreas ofertadas, como lo es investigaciones de mercados, costos logísticos, costos operacionales, normatividad, entre otros, permitiendo una mejor ejecución de los servicios.

El CCE es el establecimiento adecuado para realizar las practicas como profesional en negocios internacionales, debido a que se destaca el amplio aprendizaje directo que se puede

adquirir debido a las actividades realizadas con empresas de diversos sectores, permitiendo ver de manera real la magnitud de una actividad de comercio internacional.

### **1.3 Objetivos**

#### ***1.3.1 Objetivo general***

Desarrollar un plan de mejora que permita el acercamiento de empresarios e interesados a los servicios asesoramiento empresarial dentro del Centro de Consultoría Empresarial

#### ***1.3.2 Objetivos específicos***

Organizar las actividades del CCE durante el procedimiento de asesoramiento del programa futuros exportadores, facilitándole información de interés, agendamiento de citas, distribución de matrices, etc.

Demostrar una mayor visibilidad del CCE en las plataformas digitales del Centro de consultoría empresarial.

Operacionalizar actividades de Procolombia y cámara de comercio de Bucaramanga, como diligenciamiento de matrices y búsqueda de información que sirva para la agilización de acompañamiento a los empresarios.

## **2. Perfil de la empresa**

### **2.1 Razón social de la empresa**

El Centro de Consultoría Empresarial es una unidad perteneciente a la Facultad de negocios internacionales de la universidad Santo Tomas seccional Bucaramanga, que busca principalmente

incentivar los sectores económicos de la región realizando asesoramiento empresarial enfocado a la internacionalización. (CCE , 2024)

## **2.2 Objeto social de la empresa**

El objeto social del Centro de Consultoría Empresarial (CCE), es apoyar al sector productivo de Santander, prestado servicios de asesorías y consultorías que permita a los empresarios tener una mirada cercana a todo lo que conlleva un proceso de internacionalización, capacitándoles de tal manera que puedan competir ante las exigencias de los mercados globales. (CCE , 2024)

## **2.3 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa**

Dirección: Km 4 del Anillo Vial Río Frío, edificio Bahía chala, piso 1, Oficina 104-105 Floridablanca, Santander.

Teléfono: (+57) 607 698 58 58 Ext: 6548

Correo electrónico: ccomp@ustabuca.edu.co

Jefe inmediato: Carolina Barrios Mendoza

## **2.4 Estructura organizacional**

### ***2.4.1 Misión de la empresa***

El CCE tiene por misión ofrecer servicios especializados soportados en la articulación de la oferta institucional - multidisciplinaria, por medio de diversas modalidades, como: investigación estudios, educación continuada, formulación y desarrollo de proyectos de cofinanciación, cooperación internacional. (CCE , 2024)

### 2.4.2 Visión de la empresa

El CCE tiene como visión ser apoyado en alianzas estratégicas con diversas entidades de carácter público y privado, se habrá posicionado a nivel regional y nacional como una alternativa de atención directa al sector empresarial - MiPymes, quienes, a su vez, habrán mejorado su productividad y competitividad, gracias a los servicios especializados multidisciplinarios recibidos con la finalidad de acceder o mejorar su participación en los mercados regionales, nacionales e internacionales, fortaleciéndose a la par los sectores económicos, para la construcción del país.

### 2.4.3 Organigrama de la empresa

El organigrama del Centro de Consultoría se compone por los siguientes niveles jerárquicos:

**Figura 1.** Organigrama Centro de Consultoría Empresarial.



## **2.5 Aspectos económicos**

En Santander se estima que actualmente hay aproximadamente 92.534 empresas legalmente constituidas, las cuales hacen parte del tejido empresarial de la región estando conformado por microempresas, pequeñas empresas, medianas y grandes empresas, sin embargo la mayor parte del tejido está ubicado en la categoría de microempresas, representado un 96,32%, seguido por pequeñas empresas que representa el 2,83% y medianas y grandes empresas quienes llevan una participación del 0,63% y 0,22% respectivamente, enfocándose en sectores económicos principalmente como lo es el comercio, llevándose una participación del 43,78% del total de las actividades económicas, seguida por servicios (22,55%) e industria (12,45%), como las principales actividades de la región. (LA REPUBLICA, 2024)

Es por esto la importancia que juega el Centro de Consultoría Empresarial dentro del sector empresarial en la región, permitiéndose promover el crecimiento, con aportes como asesorías y acompañamientos en procesos de internacionalización de las empresas, logrando así que no se cierren al mercado, sino que también les permita expandirse a mercados globales y cortar la dependencia que pueden llegar a tener localmente.

### ***2.5.1 Entorno macroeconómico***

Se realiza un estudio del entorno tanto microeconómico, como macroeconómico para evaluar las variables que presenta el mercado y que de alguna manera pueda afectar la ejecución correcta de las actividades realizadas por el Centro de Consultoría Empresarial (CCE), teniendo como principal enfoque los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos.

#### *Políticas*

Los aspectos políticos cumplen un papel fundamental dentro del tejido empresarial de una región o nación, debido a que de ellos dependen las decisiones políticas, comerciales, laborales y

regulatorias. Estas decisiones impactan directamente a las empresas, influyendo en su estabilidad, permanencia en el mercado y en la capacidad para innovar y adaptarse a los cambios. Los aspectos políticos toman más relevancia cuando se trata de internacionalización, debido a que esta podría generar modificaciones en tratados internacionales y restricciones de mercancías. De este contexto depende en gran medida la participación del CCE ya que este establecimiento tiene la responsabilidad de desarrollar soluciones que permita el adecuado uso y aprovechamiento de los instrumentos gubernamentales, destinados a facilitar la ejecución de actividades de internacionalización.

### *Sociales*

Los aspectos sociales ejercen una influencia significativa en las actividades del CCE, especialmente en la región de Santander. A pesar de contar con un elevado número de empresas, el este entorno genera ciertos sesgos en los procesos de internacionalización, debido a las dinámicas culturales y socioeconómicas de la región. Entre los factores más relevantes se destaca la cultura empresarial regional y la percepción de la internacionalización, dado a que estos aspectos que limitan la disposición de las empresas locales a asumir riesgos. La falta de conocimiento sobre los procedimientos de internacionalización se presenta como una de las principales barreras para la expansión global de las compañías santandereanas. En ese contexto, el CCE desempeña un papel fundamental al fomentar la confianza entre los empresarios, promover la internacionalización.

### *Económicas*

El entorno económico representa gran importancia dentro del mundo empresarial y Santander no es la excepción, en un informe presentado por PROSANTANDER en 2022, evidenció que la economía de esta región ha venido en un constante crecimiento y ha tomado un papel destacable dentro de la economía nacional, tanto así que para ese mismo año, Santander

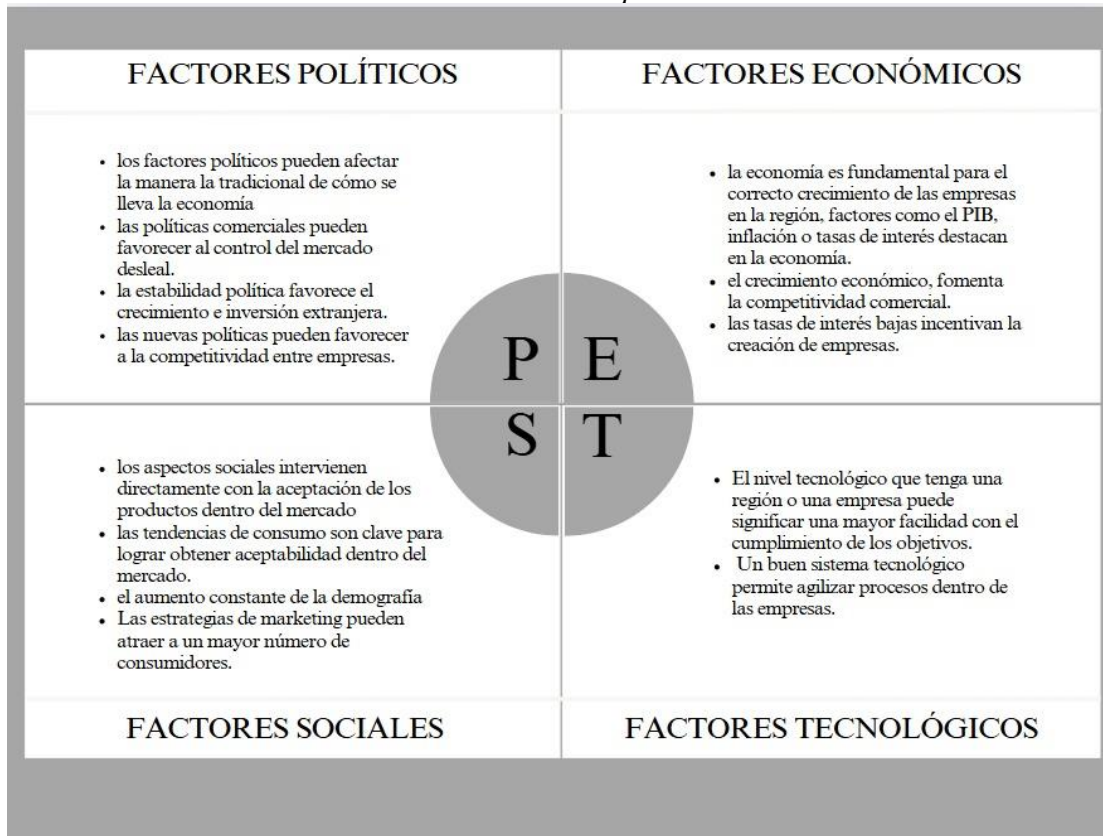
ocupó la cuarta posición dentro del ranking de competitividad, lo que refleja el alto impacto que este indicador puede generar dentro de la economía y la importante participación que puede llevar el Centro de Consultoría en el proceso de asesoramiento empresarial. (Payares, y otros, 2023)

### *Tecnológicas*

El Centro de Consultoría empresarial tiene alta dependencia de las tecnologías, debido a que la mayoría de sus servicios y actividades internas son realizadas de manera remota mediada por tecnología, como lo son las asesorías, consultorías, suministro de información de entidades, publicación de resultados, cotizaciones y demás, lo que genera la necesidad de estar siempre a la vanguardia, para poder optimizar todos los procesos.

La tecnología se involucra más en la cotidianidad, es por eso la importancia de que las empresas estén actualizadas a estas novedades ya que al estar al ritmo del mercado les va a permitir mantenerse dentro de la competencia. Para el caso de Santander la implementación tecnológica no ha sido un inconveniente, al contrario, han sabido manejar estos cambios a su favor, tanto así que, según el informe de desarrollo sostenible de Santander, los departamentos de Santander, Boyacá y Norte de Santander, alrededor del 42% de las empresas establecidas en estas regiones manifestaron haber sido contactadas por clientes mediante internet. (Payares, y otros, 2023)

**Figura 2.** *Análisis PEST – Centro de Consultoría Empresarial.*



Adaptado de (Payares, et ál., 2023)

### 2.5.2 Entorno microeconómico

Dentro del análisis microeconómico, este permitirá conocer y evaluar la situación de factores que puedan afectar, tanto positiva como negativamente las actividades que realiza el centro de consultoría empresarial, evaluando los comportamientos tanto internos como externos del CCE.

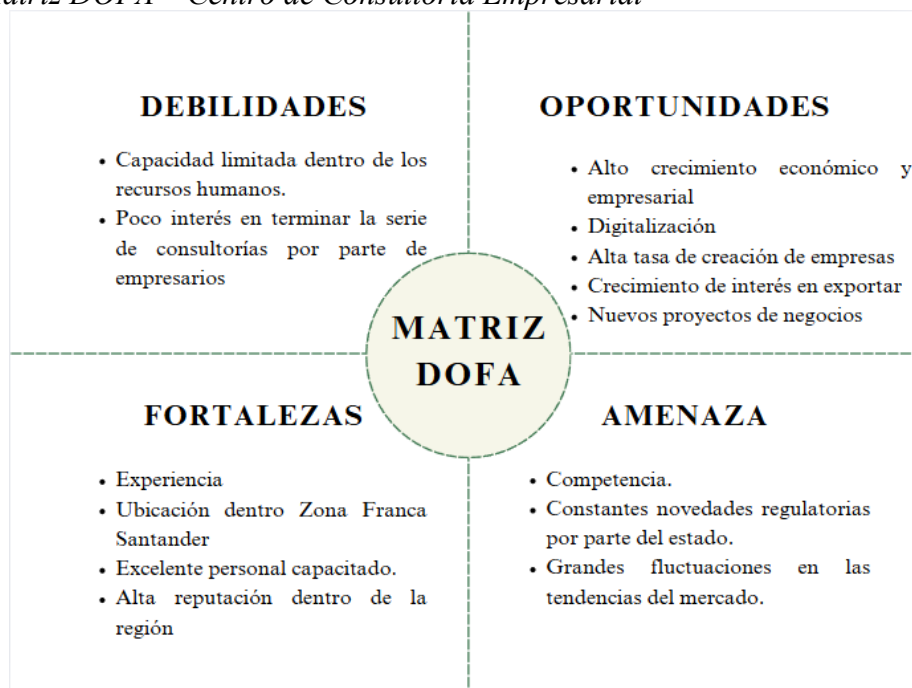
Aprovechando los fortalezas internas que presenta el CCE, como su larga experiencia en el sector, la excelente reputación dentro en la región y su personal capacitado, unidas con las grandes oportunidades que presenta el mercado, se logra visionar estrategias que permitan posicionar al Centro de Consultoría como un principal referente, desarrollando programas de

formación en áreas como exportación, importación y análisis interno de las empresas, siendo apoyado principalmente por la digitalización.

Para contrarrestar las debilidades identificadas, se propuso la apertura a diferentes empresas y universidades que tengan interés en las áreas de internacionalización brindando una serie de charlas en áreas generales con el fin de generar interés tanto en el sector empresarial, como en el sector académico, permitiendo así tener en cuenta al CCE en eventos tanto académicos como simposios, charlas, congresos y demás, como también en eventos empresariales como lo pueden ser las ferias, donde permitan un mayor reconocimiento y también genere mayor interés por parte de los asociados en continuar sus servicios, debido a las alianzas.

Generar puntos diferenciales que permitan la distinción por parte de la comunidad en aspectos positivos de los servicios ofrecidos por el Centro de Consultoría Empresarial, permitiéndole al empresario la facilidad de acceder a los servicios desde cualquier parte, sin perder la calidad de estos.

**Figura 3.** *Matriz DOFA – Centro de Consultoría Empresarial*



## **2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa**

El centro de consultoría empresarial ofrece diferentes servicios:

Asesorías y consultorías

Entrenamiento personal

Proyectos de cofinanciación

acompañamiento permanente a emprendedores, empleando metodologías como: LEGO'S SERIOUS PLAY, THE CANVAS BUSINESS MODEL, LEAN STARTUP, EMPATHY MAP, DESIGN THINKING.

## **2.7 Aspectos del mercado que atiende la empresa**

El centro de consultoría empresarial atiende a las necesidades que los empresarios puedan llegar a presentar antes o durante su proceso de actividad comercial, las actividades que este ejecuta, va desde asesoramiento empresarial interno, estudios de mercados, hasta acompañamiento de procesos de internacionalización siendo este último su principal actividad, es por ello que el CCE juega una vital importancia dentro del sector, permitiendo a sus usuarios siempre estar a la vanguardia de los cambios que puedan presentar los mercados.

De este modo el centro de consultoría ayuda a desarrollar estrategias a los empresarios que permita estar al nivel competitivo dentro del mercado, realizando así asesorías que evalúan las condiciones de la empresa para que optimicen los procesos, sus materias y sus bienes terminados, debido a su amplio portafolio de servicios.

## **3. Cargo y funciones desempeñadas**

En este apartado se definirán y se dará detalle de las actividades y responsabilidades asumidas durante el proceso de práctica profesional en el Centro de Consultoría Empresarial.

### **3.1 Cargo desempeñado**

El cargo por desempeñado durante el proceso de practica fue el de Consultor Junior y auxiliar de centro de consultoría en el CCE, donde se realizan actividades como el acompañamiento a consultorías y temas relacionados a ella, como también actividades administrativas correspondientes al centro.

### **3.2 Funciones asignadas**

Las funciones por desempeñar son:

- Acompañamiento y apoyo en las asesorías realizadas por los consultores, a las empresas beneficiarias del programa “Futuros Exportadores”. Para las empresas que están asignadas a la universidad Santo Tomás y Cámara de Comercio de Bucaramanga en el marco del convenio de Procolombia.
- Coordinación y verificación de los avances de asesorías de los docentes que realizan consultorías en el Centro de Consultoría Empresarial.
- Registro de las consultorías y seguimiento en NEO plataforma de Procolombia de los diferentes instrumentos de exportación de las empresas en plan de trabajo.
- Programación de las diferentes asesorías empresariales, de acuerdo con los avances evidenciados en el proceso de cada una de las empresas, en el programa “Futuros Exportadores” del Centro de Consultoría Empresarial.
- Identificación y validación del potencial de internacionalización, de las diferentes empresas que adquieren los servicios del Centro de Consultoría Empresarial, en el marco del programa “Futuros Exportadores”.

- Recopilación, organización y diligenciamiento en las bases de datos, de la información relevante del perfil de cada una de las empresas que integran el programa “Futuros Exportadores” del Centro de Consultoría Empresarial.
- Responsable de las actividades y tareas administrativas del centro de consultoría empresarial.
- Creación de un plan de publicaciones en las redes del centro de consultoría empresarial.
- Creación de actas de comité mensuales de Procolombia.
- Creación de informes mensuales del convenio según datos de la plataforma oficial de Procolombia.

Informe mensual de las actividades realizadas por el practicante y por los consultores de la USTA.

**Tabla 1.** *Listado de funciones y horas asignadas*

<i>Nombre de la Función</i>	<i>Horas por semana</i>
Acompañamiento de asesorías	10
Coordinación y verificación de avances	4
Registro de consultorías en plataforma NEO	5
Recopilación, organización y diligenciamiento en las bases de datos	2
Tareas administrativas del centro de consultoría	6
plan de publicaciones en las redes	8
Acompañamiento SANTOTO	3
CHALLENGE	6
Acompañamiento PROCOLOMBIA	6
Total	44

**3.3 Procesos, procedimientos y herramientas**

**Tabla 2. Procesos, procedimientos y herramientas**

<i>Procesos</i>	<i>Procedimientos</i>	<i>Herramientas</i>
Consultorías	Las consultorías que se han llevado a cabo dentro del CCE han sido de inteligencia de mercados, Logística, Documentación, costos internos y costos de exportación, cada tipo de acompañamiento maneja una metodología diferente la cual permita la correcta ejecución de esta, para el caso de la consultoría en inteligencia de mercados se lleva a cabo el diligenciamiento de matrices para la selección de países potenciales.	Microsoft Teams, DIAN, Trade Map, Banco Mundial, Excel
Registro de consultorías en plataforma NEO	Luego de cada consultoría realizada bien sea por la Universidad o por el convenio PROCOLOMBIA, se lleva a cabo el registro de las consultorías en la plataforma NEO, de PROCOLOMBIA, adicionalmente se realiza un acta de consultoría solo en los casos que sea realizada por la Universidad.	Microsoft Word, Microsoft Teams, Outlook, NEO
Tareas administrativas del centro de consultoría	Los procedimientos administrativos llevados a cabo dentro del centro de consultoría se dan básicamente como atención a requerimientos que necesite el centro.	Excel, Word, Microsoft Teams
Apoyo SANTOTO CHALLENGE	Las actividades de apoyo al programa SANTOTO CHALLENGE, pueden variar dependiendo el objetivo de cada actividad, sin embargo, se basa principalmente en el acompañamiento y aclaración de dudas de los pasantes internacionales, dentro de sus consultorías a las empresas asignadas.	Word, Excel, LEGISCOMEX, Trade Map, Mac Map

#### **4. Marco conceptual y normativo**

En esta parte se abordarán temas de profundización teórico y normativo donde se dará a conocer, profundizar y contextualizar todos los aspectos en los que se pueda ver involucrado el Centro de Consultoría Empresarial (CCE), en ámbito conceptual se explicara los conceptos claves que permiten conseguir los objetivos de estudio del CCE y por el ámbito normativo se abordará más hacia términos que amparen en los procesos jurídicos y legales, tanto del CCE, como el de los servicios ofrecidos.

##### **4.1 Marco conceptual**

La economía colombiana se ve soportada principalmente por microempresas, tanto así que dentro del tejido empresarial de la nación este representa un 92% de participación dentro de todas las categorías de empresas, según el más reciente informe del ministerio de hacienda (González, 2023), esto refleja el nivel de inserción que la nación busca en caminar hacia el crecimiento económico, tanto así que según el mismo informe los micronegocios aumentaron significativamente un 4,7% solo en el 2022, dando prioridad a sectores principalmente como; el comercio, reparación de vehículos, agricultura y transporte. Sin embargo, se percibe que la brecha entre estas categorías empresariales es excesivamente alta, reflejándose en datos como que en el año 2022 en Colombia habían registradas 1.594.611 de microempresas legalmente constituidas, mientras que para ese mismo año solo había 8.219 empresas grandes legalmente constituidas, reflejando el gran el reto que el sector empresarial tiene.

A pesar de que se presenta un gran número de microempresas, dentro las cifras referentes a la sostenibilidad estas no son tan alentadoras, debido a que muchas empresas se han visto obligadas a cerrar por variables que se presenta en el entorno y que muchas no logran adaptarse

(Arellana, et ál., 2020). Derivado a las dificultades que las compañías de la región presentan para el sostenimiento de estas, en área de internacionalización y/o de exportaciones se presentan similares retos (Picón, et ál., 2021).

Es por eso aquí la relevancia que juega el Centro de Consultoría Empresarial, debido al impacto que este genera con sus servicios como asesorías independientes, consultorías en investigación de mercados, Logística, Planeación, Costos, entre otras, buscando principalmente el adecuamiento de las empresas de la región para que siempre estén a la vanguardia de los cambios presentados por las condiciones del mercado.

#### **4.2 Marco normativo**

Colombia, como país en constante cambio y paulatino crecimiento económico, político y social, ha venido experimentado una evolución significativa en lo que respecta a su marco normativo empresarial en las últimas décadas. A medida que la economía y la sociedad se han globalizado y las necesidades del mercado han cambiado, el país ha buscado adaptar su legislación para crear un entorno empresarial más dinámico y competitivo, que garantice la equidad y la transparencia, además de la protección de las dinámicas y los agentes económicos como empresarios y consumidores.

En este contexto, se destacan a continuación, cuatro de las principales normas que conforman el marco normativo y regulatorio actual colombiano:

- *Decreto 410 de 1971- Código de Comercio*

En el Código de Comercio se encuentra reunida la totalidad del ordenamiento jurídico mercantil. Dentro de esta se establece el código de comercio en Colombia en el cual se incluyen todas las disposiciones relacionadas a las inspecciones y vigilancia de las sociedades, incluyendo

así misma calificación de los comerciantes, derechos y deberes, con este decreto se busca la regulación de la toda actividad mercantil, estableciendo un marco legal que además fomente el desarrollo económico del país.

- *Decreto Ley 624 de 1989- Estatuto Tributario*

En este código se encuentran las normas y regulaciones establecidas para los impuestos administrados por la DIAN. Su objetivo principal es armonizar las normas tributarias dentro de la nación donde se ven involucrados los contribuyentes, se establece un marco legal que incluye y facilita la aplicación de los impuestos, en el estatuto tributario se adicionan varios aspectos como, Obligaciones Tributarias, Impuesto de renta, sociedades, entidades, entre otros. (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), 2024)

- *Decreto 3743 de 1950- Código Sustantivo del Trabajo*

Este código agrupa todas las normas que amparan las obligaciones y derechos que tiene el trabajador. Fue creado con el fin de simplificar y abordar todas las necesidades requeridas por los sindicatos y empleadores de la nación, de igual manera busca adaptar la legislación en el ámbito laboral al considerar en su momento las inquietudes por partes interesadas, con esto se busca garantizar un acceso al sistema laboral más justo y equitativo, promoviendo la responsabilidad social.

- *Mediante la Ley 1480 de 2011- Ley de Protección al Consumidor*

En este marco se amparan las leyes que defienden los derechos del consumidor, tales como; publicidad, salud, información, reclamación, entre otros. Mediante esta ley se regula la calidad de servicios y productos ofrecidos al consumidor, haciendo énfasis en aspectos como, acceso a información adecuada, educación del consumidor, protección a comunidades específicas, entre otras.

## **5. Aportes**

### **5.1 Propuesta de valor agregado a la empresa**

Este apartado integra con la deducción de pasos, procedimientos, métodos y técnicas empleados tanto para la identificación y abordaje de la situación problemática, como para la medición del impacto esperado o generado.

Para la implementación de la propuesta de valor agregado, se analiza cuidadosamente las posibles falencias que presenta la empresa, no solo en funciones dentro de sus actividades principales como lo son las asesorías, consultoría y acompañamiento empresarial dentro del área de internacionalización, sino también en sus actividades complementarias, las cuales aportan significativamente al plan de proyección de la empresa.

Durante el proceso de practica empresarial identifican oportunidades donde se podrían aplicar los conocimientos adquiridos durante el periodo de aprendizaje, uno de los principales aportes que se agrega, fue la creación de un plan de redes sociales para el centro, donde se buscaba que el centro de consultoría generara un mayor reconocimiento dentro de la región.

#### ***5.1.1 Identificación de la situación problemática***

Uno de los principales factores que han limitado el reconocimiento del CCE, es su poca visibilidad en plataformas digitales. una mayor presencia en esta área permitirá que personas interesadas y empresarios accedan de primera mano a la información y sean dirigidos a la página del CCE. En este contexto, la estrategia digital desempeña un papel clave, ya que facilita la reactivación de actividades en plataformas digitales y contribuye al posicionamiento del centro en el entorno empresarial.

**5.1.2 Contribución de conocimiento a la empresa**

Para el proceso de mejoramiento y aportes al Centro, se pensó principalmente en el área digital y estrategias, donde se realizó énfasis en áreas puntuales de la carrera como lo son, estrategias de mercadeo, marketing internacional e-commerce, las cuales fueron materias claves, que sirvieron de apoyo para la planeación de todo el proceso de plan digital, el cual busca ser atractivo para las personas, que despertara interés, que les permitiera interactuar y sobre todo que atrajera visitas, el plan tuvo algunas modificaciones durante su proceso, pero una de las características principales fue su planeación semanal, la cual quedó organizada de la siguiente manera:

**Tabla 3. Cronograma de actividades semanales**

<i>Lunes</i>	<i>Martes</i>	<i>Miércoles</i>	<i>Jueves</i>	<i>Viernes</i>
Apertura al Centro de Consultoría Empresarial.	Apertura al Centro de Consultoría Empresarial.	Apertura al Centro de Consultoría Empresarial.	Apertura al Centro de Consultoría Empresarial.	Apertura al Centro de Consultoría Empresarial.
Durante las horas de la mañana compartir datos de interés como precio del café, aguacate, dólar, maíz, petróleo, etc.	Repostear noticias de algún medio publico confiable.	Realizar publicaciones de historias dinámicas como datos curiosos con encuestas, tales como “¿sabías que?” o preguntas dinámicas.	Se repienten las actividades del lunes, durante las horas de la mañana compartir datos de interés como precio del café, aguacate, dólar, maíz, petróleo, etc.	Se realizan publicación tipo post en Instagram y LinkedIn como noticias mas importantes de la semana acerca de los negocios y comercio internacional, cuando se realizan visitas o eventos importantes.
Agendamiento y acompañamiento de Consultorías empresariales.	Agendamiento y acompañamiento de Consultorías empresariales.	Agendamiento y acompañamiento de Consultorías empresariales.	Agendamiento y acompañamiento de Consultorías empresariales.	Agendamiento y acompañamiento de Consultorías empresariales.
Acompañamiento a actividades de Procolombia y Cámara de Comercio de Bucaramanga.	Acompañamiento a actividades de Procolombia y Cámara de Comercio de Bucaramanga.	Acompañamiento a actividades de Procolombia y Cámara de Comercio de Bucaramanga.	Acompañamiento a actividades de Procolombia y Cámara de Comercio de Bucaramanga.	Acompañamiento a actividades de Procolombia y Cámara de Comercio de Bucaramanga.
Actividades administrativas dentro del CCE.	Actividades administrativas dentro del CCE.	Actividades administrativas dentro del CCE.	Actividades administrativas dentro del CCE.	Actividades administrativas dentro del CCE.

<i>Lunes</i>	<i>Martes</i>	<i>Miércoles</i>	<i>Jueves</i>	<i>Viernes</i>
		Actividades administrativas dentro del CCE.	Actividades administrativas dentro del CCE.	Comercio de Bucaramanga.
		Apoyo a actividades del SANTOTO-CHALLENGE	Apoyo a actividades del SANTOTO-CHALLENGE	Actividades administrativas dentro del CCE.

Adaptado de (Centro de Consultoría Empresarial, 2025).

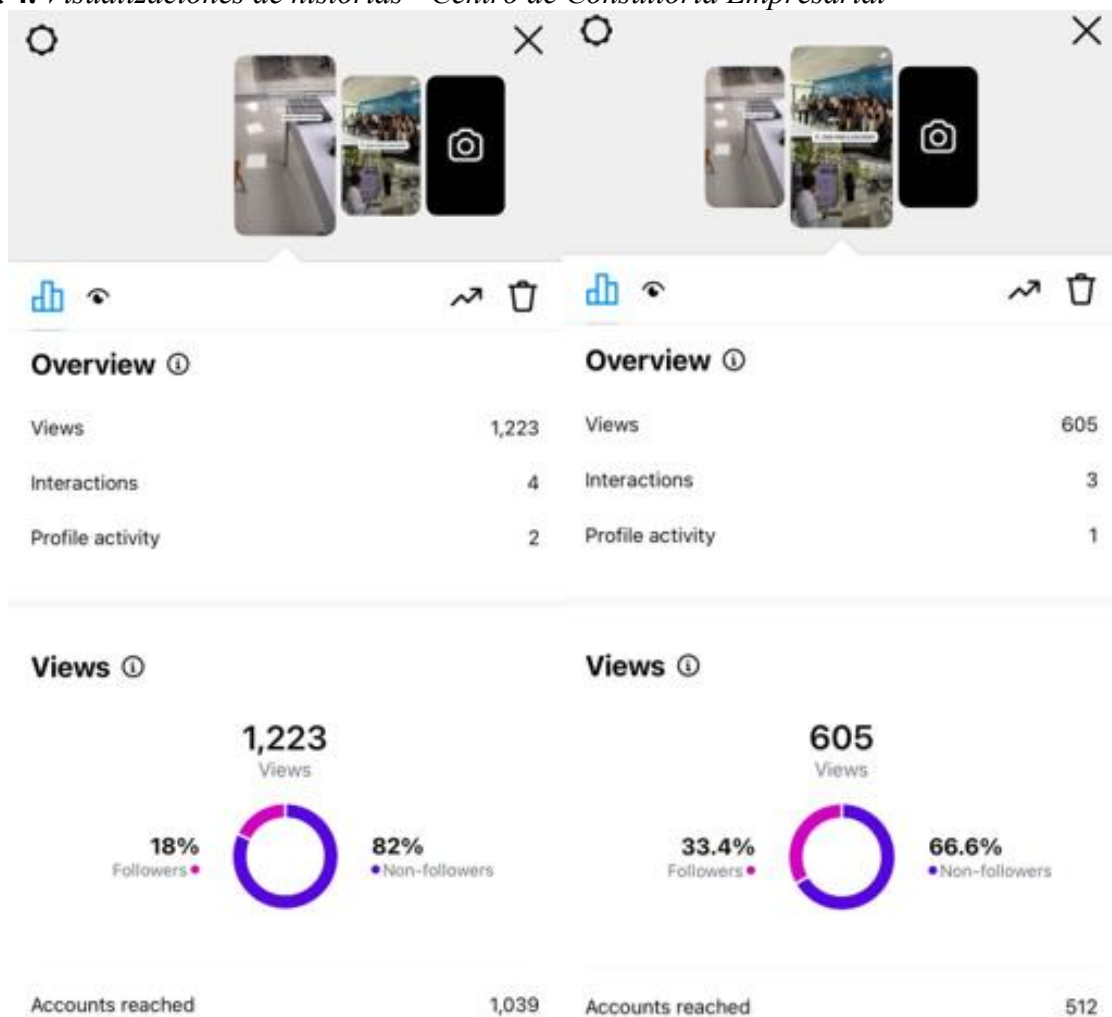
El modelo de cronograma actividades semanales, se incluyen tareas internas del Centro de Consultoría Empresarial, como lo es agendamiento semanal de consultorías y asesorías, el apoyo periódico a empresarios en los diligenciamientos de matrices y así mismo el apoyo en aspectos de investigación durante las actividades del SANTOTO CHALLENGE, en el aspecto de reconocimiento digital se tenía previsto realizarse solamente mediante la plataforma digital Instagram, sin embargo, se tuvo en cuenta la gran importancia de la plataforma LinkedIn dentro del mundo empresarial y la gran relevancia que podría tener, el buen uso de esta plataforma web relacionándose con las actividades del centro de consultoría empresarial, dado que LinkedIn es la plataforma que presenta mayor crecimiento en cuanto a profesionales y empresarios registrados en una página, adicionalmente, gran parte del engagement que se obtendría serían muy orgánicos debido a que en el área de comercio internacional y relacionado se ha visto que presenta gran incidencia dentro de esta app. (LinkedIn Learning, 2022)

**5.1.3 Impacto desde los resultados y/o logros**

Con la puesta en marcha de plan digital del centro de consultoría empresarial, se logra que la empresa obtuviera mayor reconocimiento dentro del área empresarial y comunidad estudiantil, dado que cuando se recibe la cuenta de Instagram del CCE, se obtienen números de casi 0, en

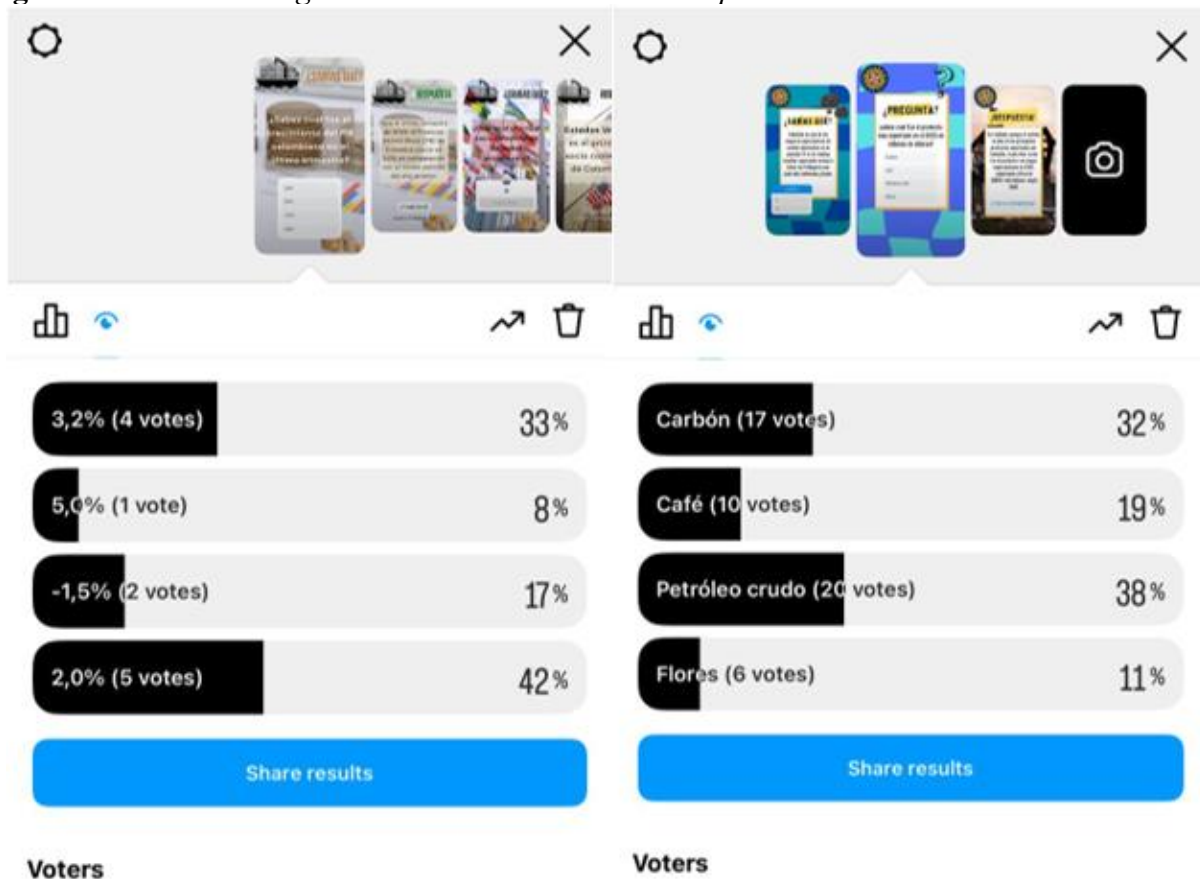
cuanto a cuentas alcanzadas en los últimos meses. Gracias a este plan el centro de consultoría logra tener un crecimiento amplio en cuanto a visualizaciones del perfil llegando a tener alrededor de 6600 visitas en el mes de noviembre – diciembre, y obteniendo altas vistas sus historias y sobre todo participaciones y reacciones de estas. A continuación, se comparten otros resultados obtenidos.

**Figura 4.** Visualizaciones de historias - Centro de Consultoría Empresarial



Se observa un excelente resultando en cuanto a atraccion de personas, en tan solo 2 historias se obtuvieron alrededor de 1800 visitas organicas, viendose reflejado en la calidad del contenido compartido y en el interés que tiene el publico que sigue al Centro de Consultoría Empresarial y ante todo el tipo de publico al que el CCE quiere lograr llegar. El contenido de ambas historias, refleja las actividades que realiza en CCE dentro de un punto de vista netamente humano, aprovechando en su momento la participacion de estudiantes de primeros semestres de la facultad de negocios internaciones quienes asistieron a las instalaciones del CCE ubicados en Zona Franca Santander, con el fin de conocer los procesos y actividades que se realizan dentro de las oficinas como tambien dentro de todo el territorio empresarial que abarca la zona franca.

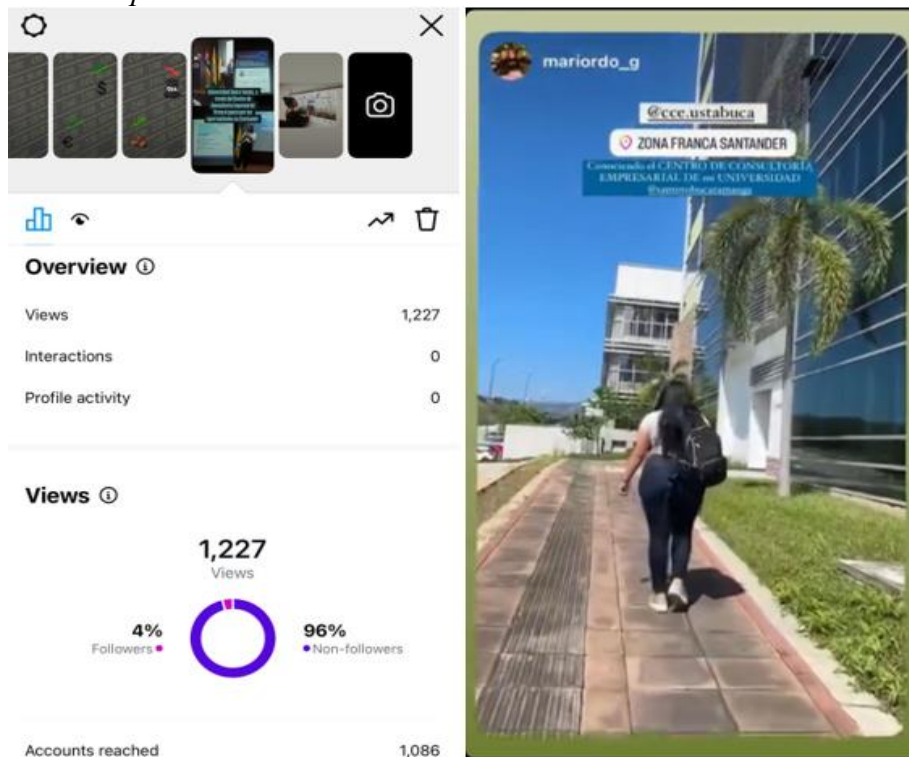
**Figura 5.** Interacción digital - Centro de Consultoría Empresarial



Es importante destacar que algunas veces la participación de del publico en encuestas, reacciones o en respuestas a las publicaciones genera un mayor vinculo con la empresa que realiza la publicacion, debido a que significa que el usuario que participio tiene gran interés puntual en las activades de la empresa. En las anteriores dos evidencias de historias interactivas de Instagram, se muestra la intención del publico y aunque ambas son de difrentes tematicas, comparten un unico fin y es atraer usuarios y fidelizarlos con el contenido que presnta el Centro de Consultoria Empresarial.

Partiendo de que las redes sociales han tomado un papel fundamenteal en la explotación del buen marketing de las empresas, se destacan un poco mas las interacciones dentro de las mismas como objetivos especificos, reflejandose en acciones como; me gusta, comentarios, compartidos, guardados, reacciones, menciones, encuestas, etc. Las cuales tienen en comun un mismo fin, mayor impacto en la comunidad. (UNIR, 2024)

**Figura 6.** Participación de otras cuentas con el contenido del Centro de Consultoría Empresarial



La colaboración con otras cuentas resulta de gran importancia para obtener un mayor engagement dentro de las plataformas, es por eso que se aprovechan espacios para lograr que cuentas con contenido similar puedan tener interacción con la del Centro de Consultoría, como se percibe en la primera imagen en la parte izquierda, donde se alcanza un número de 1227 views, esto se obtiene de manera estratégica creando contenido que permite ser repostado por cuentas de interés, las cuentas fueron de Zona Franca Santander y de la Universidad Santo Tomás Bucaramanga. En la segunda ilustración fue el reposteo por parte de la cuenta del CCE, de una historia de una estudiante de la Universidad Santo Tomás, durante una visita académica al Centro de Consultoría Empresarial, donde comparte su experiencia en la visita realizada y explica algunas actividades importantes que se realizan ahí, incentivar la creación de este tipo de contenidos resulta muy estratégico, debido a que con la publicación de historias se logra acceder a un mayor público.

**Figura 7.** Número de cuentas alcanzadas en el último mes en CCE



En la ilustración se logra percibir la cantidad de views alcanzadas durante solo el periodo entre el 15 de enero de 2025 hasta el 15 de febrero de 2025, obteniendo así unos resultados benéficos para el centro, tales como que alrededor del 95% de las vistas totales fueron obtenidas por cuentas que ya seguían la página y solo 4,9% eran usuarios que no la seguían, generando un panorama positivo ya que refleja que la población de seguidores que tiene el CCE está plenamente interesada en los contenidos compartidos por esta.

## **5.2 Aportes de la empresa al proceso formativo**

Desde el centro de consultoría empresarial se adquieren grandes experiencias y conocimientos que sirvan tanto para el proceso culminativo en el pregrado de negocios internacionales como también en la ejecución de labores profesionales, este permite generar conocimiento tanto en aspectos generales de la carrera, como lo pueden ser temas, normativos, logísticos, inteligencia de mercados, etc. Pero también se logra obtener habilidades en actividades rutinarias dentro del centro, como organización, acompañamiento, solución de inconvenientes y demás.

## **5.3 Plan de mejora**

Para cumplir con el de la práctica profesional se procede a realizar el plan de mejora rescatando procedimientos a mejorar, medición y alcance de objetivos propuestos en el inicio de las actividades y ante todo el cumplimiento del cronograma predispuesto a realizar por parte del practicante dentro de la empresa.

Dentro de las actividades principales, resulta de gran importancia la implementación de estrategias y/o mejoramientos de los procesos a dentro del Centro de Consultoría Empresarial (CCE), siendo

estos generados óptimamente, gracias al conocimiento adquirido durante la carrera de negocios internacionales, aunque su enfoque va orientado principalmente al área de cadena de suministro y/o logística, las bases que la universidad ha plasmado han sido integrales, dado que permiten que se puedan realizar este tipo de ejecuciones orientadas hacia el área de marketing.

De acuerdo con los lineamientos dados por la universidad se procede a la ejecución de actividades que aporten positivamente al desarrollo de las actividades de la empresa, encontramos dentro del plan de mejora las siguientes métricas a considerar:

**Tabla 4. Propuesta plan de mejora Centro de Consultoría Empresarial**

Aspecto a mejorar	Metas	Acciones	Indicador	Hacer/ Verificar	Responsable	Recursos	Cronograma
Mejoramiento de los servicios de consultoría	Diseñar un calendario que permita organizar de manera eficiente las agendas.	Diseñar un calendario fácil de interpretar, que permita la identificación de disponibilidad de los tutores.	tasa de ocupación de agendas  Tasa de error por agendamiento	Revisión periódica y actualización de las agendas.  Registro de datos.	Practicante.	Herramientas digitales como: CANVA y calendario Outlook.	Semanalmente.
Mayor reconocimiento del CCE	Desarrollar un plan digital que permita una mayor visibilidad del CCE en la población.	Realizar un cronograma de publicaciones en las redes sociales.  crear formato de publicaciones tanto para post como para historias.	Alcance de publicaciones.  Crecimiento de seguidores.  Numero de publicaciones realizadas.	Analizar las métricas de la plataforma.  Revisar crecimiento de números.	Practicante.	Instagram insights	Semanalmente.
Reestructuración de manejo de las redes sociales	Reestructurar de manera orgánica los perfiles del CCE en las plataformas sociales.	Diseñar un perfil en Instagram con alta atracción visual.	Número de visitas al perfil	Diagnóstico del perfil.  Checklist de cumplimiento.	Practicante.		Trimestralmente.

**5.3.1 Mejoramiento de los servicios y consultoría.**

Dentro de los principales objetivos del plan de mejora, se pretende presentar un servicio con una gran experiencia al usuario, donde le permita a los miembros involucrados (Consultor, practicante y empresario) tener orden del agendamiento y ejecución de las actividades de consultoría y asesoría. Por eso, se diseñó un calendario agradable a la vista y fácil de interpretar por parte del practicante, donde le permita llevar un control de las agendas disponibles por partes de los consultores en cada una de las áreas, basando en un formato que evidencia la disponibilidad de día y hora para el correcto agendamiento, para de este modo prevenir errores de agendamiento y cruce de horarios. Para lograr identificar esta falencia, se realizó un análisis del agendamiento de las consultorías realizadas en el momento de tomar la práctica y se evidenció, que en algunas ocasiones si había disponibilidad horaria por ambas partes, pero por la mala gestión se organizaban en tiempos no tan acordes.

**Figura 8.** *Calendario de Consultorías, pág. 1*



La herramienta se encuentra disponible dentro del Centro de Consultoría Empresarial en un formato digital y editable en la plataforma CANVA, facilitando su uso para el agendamiento de consultorías. Su principal finalidad es identificar las horas disponibles de los consultores. Para ello, se emplea un sistema de cuatro colores: blanco, azul, verde y naranja. El color blanco, en todos los casos, representa los espacios sin consultorías agendadas, es decir, aquellos con disponibilidad total. Por otro lado, los colores azul, verde y naranja indican los horarios ocupados por los consultores Jaime Rangel, Carlos Pinto y Luis Silva respectivamente.

Es relevante destacar que esta representación refleja la disponibilidad para los periodos 2024-II y 2025-I, por lo que está sujeta a posibles modificaciones horarias por parte de los consultores.

**Figura 9.** *Calendario Consultorías pág. 2*



### CALENDARIO DE CONSULTORÍAS CCE

HORAS	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
6:00 - 7:00					
7:00 - 8:00					
8:00 - 9:00					
9:00 - 10:00					
10:00 - 11:00					
11:00 - 12:00					
12:00 - 1:00					
1:00 - 2:00					
2:00 - 3:00					
3:00 - 4:00					
4:00 - 5:00					

Centro Consultoría Empresarial

La herramienta calendario se compone de dos secciones. La segunda sección desempeña un papel fundamental, ya que permite al usuario marcar directamente las franjas horarias ocupadas para las consultorías. Este espacio está diseñado para ser intuitivo y flexible, facilitando la gestión de horarios consistiendo en rellenar con los colores azul, verde o naranja las franjas horarias que se deseen marcar como ocupadas.

Es importante señalar que este espacio está diseñado para adaptarse a posibles modificaciones, ya sea por la incorporación de nuevos consultores o por el agendamiento de horarios extraordinarios. Asimismo, se destaca la relevancia de liberar los horarios cada viernes por la tarde, de modo que el calendario quede completamente disponible para la siguiente semana, descartando posibles confusiones en la programación de consultorías.

**Figura 10.** Previsualización Calendario Consultorías con ocupación



La herramienta ofrece una previsualización hipotética de cómo debería visualizarse el calendario con un nivel máximo de ocupación, reflejando correctamente las horas disponibles asignadas por los consultores. En este escenario, el consultor Jaime Rangel tendría ocupación los martes, jueves y viernes, desde las 8:00 a. m. hasta las 10:00 a. m, distribuidas en dos consultorías diarias. Por su parte, Carlos Pinto atendería consultorías únicamente los miércoles, con un horario de 7:00 a. m. a 10:00 a. m, completando un total de tres consultorías en ese día. Finalmente, Luis Silva tendría una ocupación los martes y jueves, desde las 8:00 a. m. hasta las 11:00 a. m, sumando tres consultorías diarias en cada jornada.

**5.3.1.1 Metas.** Diseñar un calendario agradable a la vista y fácil de interpretar por parte del practicante, donde le permita llevar un control de las agendas disponibles, de tal manera que este permita generar una alta eficiencia en el agendamiento de las citas, buscando la disminución de al menos el 90% de consultorías agendadas que tengan algún tipo de cruce de horario.

**5.3.1.2 Acciones.** Las acciones se iniciarán realizando el diagnóstico del correcto agendamiento de las consultorías, es la revisión de consultorías agendadas actualmente y compararlas con los horarios disponibles, donde este busca identificar si habría disponibilidad en horarios con mayor anterioridad, buscando así una mayor eficiencia dentro del CCE y de misma manera aumentar de manera paulatinamente el número de consultorías ya sea por semana, quincena o mes, dependiendo también de la disponibilidad de los empresarios.

Para esto se pretende estructurar un calendario digital apoyándose de plataformas de diseño digitales y del calendario de Outlook, básicamente el calendario constará de dos partes, la primera es la disponibilidad horaria por parte de los Consultores, identificadas por colores, días y horas y

la segunda parte es un calendario vacío que se podrá y rellenando de color cuando se haya agendado correctamente una consultoría.

El uso de esta herramienta se llevará a cabo directamente desde la plataforma CANVA, la cual constará de dos hojas, una permanecerá sin modificaciones debido a que es la que incluye los horarios disponibles dispuestos por los consultores y la siguiente, es en la que se realiza principalmente la organización de la agenda, el modo de uso es sencillo, el documento presenta forma de un horario tradicional por diferenciado por días de la semana y separado por horas, dando a entender que cada hora es una posible consultoría, la persona encargada solo debe acordar con el empresario una hora y tipo de consultoría y dependiendo de la disponibilidad de esta y coordinación con el horario del consultor, simplemente rellena el cuadro de color, significando que ese espacio ya está ocupado con esa empresa, es muy importante mencionar que todos los viernes se debe realizar un vaciado total del documento, para poder volverse a utilizar la siguiente semana y no tener confusiones con otros agendamientos.

**5.3.1.3 Indicadores.** Se establecerán indicadores que serán de vital importancia debido a que estos permitirán verificar la efectividad de implementación de estas estrategias, para ello se encuentran; tasa de ocupación de agendas y tasa de error por agendamiento.

La tasa de ocupación de agendas se medirá de manera porcentual y esta se verificar de la siguiente manera:  $(\text{horas agendadas} / \text{horas disponibles}) \times 100$ , este indicador lo que busca es que tanto tiempo de la disponibilidad ofrecida se está utilizando.

La tasa de error por agendamiento: al igual que la tasa de ocupación de agendas, se medirá de manera porcentual de la siguiente manera:  $(\text{número de citas reagendadas o canceladas por errores en el calendario} / \text{número total de citas}) \times 100$ , este indicador busca evaluar principalmente

la correcta ejecución del plan debido a que esta demuestra el nivel porcentual de agendamientos fallidos, la idea principal es que este se mantenga por arriba del 90% mensual.

**5.3.1.4 Hacer/Verificar.** Las acciones principales para ejecutar de manera óptima el plan, es realizar de manera constante cada semana la actualización del calendario, realizando actividades como, agendamiento de las citas, contactarse con los empresarios y agendar dependiendo la disponibilidad, marcar horas y fechas ocupadas dentro del mismo calendario diseñado, para evaluar el impacto positivo se propone la constante aplicación de los indicadores de medición.

**5.3.1.5 responsable.** La debida implementación y ejecución de este plan corre totalmente por parte del practicante, debido a que está presente dentro de sus actividades dentro de la empresa, sin embargo, resulta de importancia mencionar que en la mayoría de los casos se debe tener interacción con el empresario para la selección horaria adecuada.

**5.3.1.6 Recursos.** Para la ejecución de este plan se usarán 2 herramientas principalmente, CANVA y el calendario de Outlook, donde el primero tiene su valor principal en la formulación del calendario didáctico y el segundo se utiliza en la ejecución ya que esta herramienta además de proporcionar ayuda en la organización de las agendas también sirve como puente de conexión dentro de los involucrados a las citas virtuales.

**5.3.1.7 Cronograma.** En este caso las acciones a tomar se podrían ver afectadas directamente desde las necesidades del CCE o la ocupación de este, es por ello que se recomienda

realizar el agendamiento al menos 2 días antes de la fecha propuesta, para poder manejar un control más real.

### ***5.3.2 Mayor reconocimiento del CCE***

Algunas de las principales falencias que presenta el Centro de Consultoría Empresarial (CCE) esta orientadas al aspecto de manejo de su reconocimiento, con esta propuesta se busca también el conocimiento y acceso del catálogo de servicios del CCE y adicional permitir estar al tanto de las novedades en materia. Se presenta el plan de manejo de redes digitales, donde busca mejorar el apropiamiento del nombre de la empresa por parte de la comunidad, generando contenido de interés, que permita así obtener una mayor audiencia y el relacionamiento con un público objetivo que generen alto interés en los negocios internacionales.

**5.3.2.1 Metas.** Esta propuesta busca crear un cronograma de publicaciones en redes sociales, que permita acercar a un mayor número de personas, con alto interés en las áreas de internacionalización de sus empresas, permitiendo así definir un grupo potencial de clientes.

**5.3.2.2 Acciones.** Las acciones principales incluyen, planeación, investigación, redacción, diseño de ideas de publicaciones que se consideren de alto impacto dentro de la población y que permitan que las personas se sientan atraídas, también se incluyen acciones de respuesta a inquietudes por parte de interesados en temas manejados en dichas publicaciones.

**5.3.2.3 Indicadores.** Para evaluar el impacto de este plan se manejan dos indicadores que la misma plataforma de Instagram facilita siendo el alcance por publicaciones y el crecimiento de

seguidores dentro del perfil, también se podrán acceder a indicadores que permitirán medir de manera más específica el rendimiento, como lo pueden ser el nivel de interacción con las publicaciones y la participación en encuestas y actividades programadas.

**5.3.2.4 Hacer/Verificar.** Estas actividades parten desde la creación del calendario de publicaciones, donde se define el tipo de publicación a realizar, estas normalmente se basarían de tipo informativo, educación y/o recomendaciones, sin embargo, el enfoque se puede ver modificado dependiendo las tendencias del momento. Diseñar plantillas fáciles de adaptar a cualquier tipo de información que desee plasmar, manteniendo siempre un mismo estilo o al menos una paleta de colores. La verificación del cumplimiento de los objetivos se puede ver desde la revisión de las métricas donde se pueden encontrar KPI'S como; alcance de publicaciones, engagement, crecimiento de seguidores, numero de mensajes y solicitudes.

**5.3.2.5 Responsable.** El practicante será el responsable de todas las actividades relacionadas a este plan, desde la búsqueda de información, diseño, ejecución y publicación de los contenidos predispuestos para el plan, sin embargo, en algunos casos particulares se podrían realizar publicaciones de entidades aliadas como lo son la Cámara de Comercio de Bucaramanga y Procolombia.

**5.3.2.6 Recursos.** Dado que esta propuesta tiene diferentes tiempos, se manejarán herramientas dependiendo el momento, para el proceso de investigación se utilizarán plataformas de periódicos, cuentas de gobierno y de entidades públicas que permitan la recopilación de datos

verídicos. Para la etapa de diseño se manejarán plataformas de diseño digitales como Canva y de ediciones fotográficas.

**5.3.2.7 Cronograma.** Todas las acciones propuestas se deberán desarrollar en los espacios estipulados para lograr alcanzar el objetivo previsto, sin embargo, es importante destacar que algunas actividades no presentaran las mismas características de desarrollo, debido a que en casos particulares estas creaciones de contenido no dependerán únicamente del practicante si no de entidades con las que el centro de consultoría tenga convenio y maneje una propuesta de interés mutuo.

**Tabla 5.** *Cronograma de acciones para mayor reconocimiento del CCE*

Acciones	Responsable	Fecha				
		lunes	martes	miércoles	jueves	viernes
Recopilación de información	Practicante	x	x	x	x	x
Diseño de publicaciones	Practicante	x	x	x	x	x
Publicación de datos importantes	Practicante	x			x	
Reposteo de noticias	Practicante		x			
Publicación de historias dinámicas	Practicante			x		
post en el perfil	Practicante				x	

**5.3.3. Reestructuración de manejo de las redes sociales**

La adaptación a los constantes cambios es clave para poder mantenerse vivo dentro de la competencia, es por ello que resulta tan importante que el centro de consultoría se mantenga siempre al margen de las tendencias, al igual que mantener un perfil social impecable, que permita transmitir al público objetivo seguridad y calidad, mediante diseños agradables a la vista. El practicante estará encargado de realizar la modificación del perfil de Instagram, teniendo como

mira principal un perfil actualizado e informativo, presentado características que les permita a los visitantes una fácil recordación de la cuenta, bien sea por sus logos, tipografía o paleta de colores.

**5.3.3.1 Metas.** El objetivo general que se busca lograr con la reestructuración de las redes sociales es obtener un perfil limpio, que trasmita orden a los clientes y que dé misma manera les genere recordación al verlo, con esto se busca tener como meta aumentar el número de visitas al perfil y engagement.

**5.3.3.2 Acciones.** Para la ejecución del plan se llevarán a cabo una serie de programaciones y adecuaciones dentro de las plataformas de digitales ya creadas en Centro de Consultoría Empresarial, que se basarán en la actualización de los perfiles en las diferentes plataformas, dándole prioridad a la red social Instagram.

1. Reestructuración del perfil de la cuenta de Instagram
2. Actualización de historias destacadas
3. Modificación presentación de la empresa, por palabras clave que representen las actividades principales que se realizan.
4. Actualización de micrositio del Centro en las bases de la Universidad.

**5.3.3.3 Indicadores.** En el caso del mejoramiento del perfil se manejará un indicador que permita medir el nivel conexión que puede transmitir el diseño de un perfil, informativo, claro y profesional donde se tendrá el número de visitas al perfil, este se podrá medir gracias a las herramientas de Instagram creator, que facilita esta información a quien administre la cuenta, con

estos valores se pueden empezar a tomar juicios referentes el aumento de las visitas desde el momento en el que se realicen actualizaciones.

**5.3.3.4 Hacer/Verificar.** Las acciones por hacer incluyen la organización de ideas y diseño del perfil de Instagram, procurando ser bastante fácil de interpretar y agradable a la vista, para poder verificar el cumplimiento de estas acciones se realizará un checklist de acciones necesarias de actualización para la correcta ejecución y control de actividades a realizar,

**5.3.3.5 Responsable.** El practicante será el responsable de todas las actividades relacionadas a este plan, desde la búsqueda de información, diseño, ejecución y publicación de los contenidos predispuestos para el plan.

**5.3.3.6 Recursos.** Para la implementación correcta de todo el plan digital, se manejaron diferentes plataformas, que permitieran complementar la idea principal, tales como Canva y de ediciones fotográficas.

**5.3.3.7 Cronograma.** Todas las acciones propuestas se deberán desarrollar en los espacios estipulados para lograr alcanzar el objetivo previsto

**Tabla 6.** *Cronograma de acciones para reestructuración de manejo de las redes sociales*

Acciones	Responsable	Fecha (semana)				
		1	2	3	4	5
Diagnóstico del perfil	Practicante	x				
Modificación de biografía	Practicante		x			
Diseño de nueva foto de perfil	Practicante			x		
actualización del micrositio	Practicante				x	
Diseño de plantillas para historias destacadas	Practicante			x		
Evaluación de impacto	Practicante					x

## 6. Conclusiones y recomendaciones

La realización de las prácticas profesionales dentro del Centro de Consultoría Empresarial representan una gran experiencia personal y gran apropiamiento de conocimientos en acontecimientos reales del mundo empresarial, que permite tener una perspectiva cercana de lo que se vive en el día a día en el mundo de los negocios internacionales, gracias al rol ejercido dentro de las consultorías y asesorías empresariales, que si bien en algunos casos se pueden repetir sectores y productos, todas van respondiendo a necesidades distintas y momentos distintos, lo que permite tener unas sólidas bases para las tomas de decisiones en el mundo profesional.

Por otro lado se genera un aporte al buen manejo de las actividades del centro de consultoría aprovechando las aptitudes generadas durante todo el proceso de formación académico en la universidad, apoyando así labores tales como, la correcta ejecución de programación y ejecución de la consultorías empresariales, en áreas de internacionalización puntuales como Investigación de mercados, tramites, documentación, costos, logística, mapeos y demás, así mismo acompañamiento a empresarios a realizar tareas que se generaron durante la práctica de la misma, como apoyo en creación de ofertas PARA, la cual es un formato establecido por PROCOLOMBIA que sirve como presentación en posibles casos de negocio, apoyo en los diligenciamientos de formularios como lo es la matriz de preselección de mercados utilizada para la consultoría de inteligencia de mercados, la cual permite hacer un filtrado de países alto potencial de aceptación y viabilidad de un bien en otro mercado, así mismo también se realiza actividades de investigación relacionada a programas de internacionalización tales como el SANTOTOCHALLENGE y como ultimo el acompañamiento el tareas de cotización de fletes tanto nacionales como internacionales para empresarios que participan en el programa ofertado por PROCOLOMBIA, futuros

exportadores FE, lo cual les permitía tener un relacionamiento cercano con los procesos de importación y exportación a los empresarios.

Considerando una importante recomendación para el centro de consultoría empresarial (CCE), de la mano de la Universidad Santo Tomas, aprovechando las instalaciones que se tienen en tal punto estratégico como lo es la Zona Franca Santander, es promover las actividades mínimo cada 15 días con estudiantes de la misma universidad, ya sean estudiantes de la facultad de negocios internacionales o no, aprovechando así el acercamiento que tiene el centro de consultoría empresarial (CCE) con los principales empresarios de la región de impartir conocimientos de tal manera que aporten a la formación de profesionales integrales con conocimientos en actividades de internacionalización.

### Referencias

- Deisy, M. S., y Mayra, A. M. (2013). Responsabilidad Social Empresarial, y su desarrollo en las grandes empresas de Santander. *Observatorio Socioeconómico de Santantander*, 4. [https://rsu.ustabuca.edu.co/images/lineas%20observatorio/productividad/informes\\_flash/N.4\\_Responsabilidad\\_Social\\_en\\_Santander.pdf](https://rsu.ustabuca.edu.co/images/lineas%20observatorio/productividad/informes_flash/N.4_Responsabilidad_Social_en_Santander.pdf)
- DIAN. (2022). *Definición y proceso de importación según la legislación colombiana*. DIAN. [https://normograma.dian.gov.co/dian/compilacion/docs/concepto\\_aduanero\\_dian\\_000009\\_9\\_2003.htm](https://normograma.dian.gov.co/dian/compilacion/docs/concepto_aduanero_dian_000009_9_2003.htm)
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). (2024). *Compilación Jurídica - Decreto 624 de 1989*. [https://normograma.dian.gov.co/dian/compilacion/docs/estatuto\\_tributario.htm](https://normograma.dian.gov.co/dian/compilacion/docs/estatuto_tributario.htm)
- Fanjul, E. (2021). *Qué es la internacionalización de la empresa*. Escuela de Comercio Exterior de Iberglobal. [https://www.berglobal.com/files/2021/Que\\_es\\_la\\_internacionalizacin\\_de\\_la\\_empresa-C.pdf](https://www.berglobal.com/files/2021/Que_es_la_internacionalizacin_de_la_empresa-C.pdf)
- Florez, L. M. (2023). *Inteligencia de Mercados*. Cali: Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/fb292389-0433-49c0-960e-2de99000ed2c/content>
- González, R. B. (2023). *Tejido empresarial colombiano*. Bogotá: MINHACIENDA. <https://incp.org.co/wp-content/uploads/2023/09/Tejido-empresarial-Colombiano-MinHacienda.pdf>
- LA REPUBLICA. (2024). El tejido empresarial de Santander logró ganancias por \$57.74 billones durante 2023. *LA REPUBLICA*. <https://www.larepublica.co/especiales/santander-grandes->

camino/el-tejido-empresarial-de-santander-logro-ganancias-por-57-74-billones-durante-2023-3896388

Laura, C. A., María, F. C., & María, E. E. (2020). *OBSTACULOS EN LA IMPLEMENTACIÓN DE CONTROL INTERNO EN LAS MIPYMES EN COLOMBIA*. Bogotá D.C.: Universidad Externado de Colombia.  
[https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr22/PBR\\_22\\_10.pdf](https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr22/PBR_22_10.pdf)

LinkedIn Learning. (2022). *La transición de la transformación y el desarrollo*.  
<https://learning.linkedin.com/content/dam/me/learning/es-es/pdfs/2022-Workplace-Learning-Report-Espanol-LATAM.pdf>

MINCIT. (2022). *Zonas Francas*. <https://www.mincit.gov.co/minindustria/temas-de-interes/zonas-francas>

Payares, M. D., Payares, M. D., Bernal, F., Castro, A. G., Leguizamón, C. L., Lombana, C. A., & Giraldo, S. F. (2023). Informe de Desarrollo de Santander 2022. *PROSANTANDER*, 438.  
<https://prosantander.org/informe-de-desarrollo-de-santander/>

Picón, J. S., Romero, H., Camacho, M. A., & Ortiz, E. J. (2021, Junio 2). Determinantes de exportación de las Pymes manufactureras en Santander, Colombia. *Revista Cambios y Permanencias*, p. 27.  
[https://www.researchgate.net/publication/352891080\\_Determinantes\\_de\\_exportacion\\_de\\_las\\_Pymes\\_manufactureras\\_en\\_Santander\\_Colombia](https://www.researchgate.net/publication/352891080_Determinantes_de_exportacion_de_las_Pymes_manufactureras_en_Santander_Colombia)

Remolina, D. H. (2017). *Identificación de razones por las cuales los nuevos emprendimientos en Santander tienen un ciclo corto*. Bogotá D.C.: Pontificia Universidad Javeriana.  
<https://repository.javeriana.edu.co/items/4325d50c-bb3e-4cbc-83b7-2441640e2ace>

UNIR. (2024). *La interacción en redes sociales y cómo mejorarla.*

<https://www.unir.net/revista/marketing-comunicacion/interaccion-redes-sociales/>

Usaquén, M. Á., García, V. H., & Molano, J. I. (2020). Integración de la Inteligencia de Negocios, la Inteligencia de Mercados y la Inteligencia Competitiva desde el análisis de datos. *risti*, 2013.

[https://www.researchgate.net/publication/344754398\\_Integracion\\_de\\_la\\_Inteligencia\\_de\\_Negocios\\_la\\_Inteligencia\\_de\\_Mercados\\_y\\_la\\_Inteligencia\\_Competitiva\\_desde\\_el\\_analisis\\_de\\_datos](https://www.researchgate.net/publication/344754398_Integracion_de_la_Inteligencia_de_Negocios_la_Inteligencia_de_Mercados_y_la_Inteligencia_Competitiva_desde_el_analisis_de_datos)