

Informe de prácticas profesionales Comestibles Ricos S.A.

Jessica Tatiana Moreno López

Trabajo de grado

Para optar profesional en negocios internacionales

Dirigido por:

Andrés Ricardo Samper Fajardo

Universidad santo tomas

Facultad de negocios internacionales

Bogotá D.C.

2021

Agradecimientos

A Dios, a la patria y a mi madre...

Quiero extender mis más grandes agradecimientos a la universidad Santo Tomas, por haberme brindado un espacio de desarrollo profesional y personal tan importante, que se convirtieron en un segundo hogar. Me llevo los mejores recuerdos de la universidad, de los profesores y de mis compañeros, nunca dudare en decir lo orgullosa que me siento de ser tomasina y llevare en alto los valores y principios humanistas que aprendí con ustedes.

A mi mamá, por haberse emocionado desde el primer día que elegí mi carrera y por compartir conmigo mis derrotas y victorias, y por sobre todo, por cada esfuerzo que realizo para cumplir mi sueño de ser profesional en negocios internacionales, nada de esto sería posible sin esa gran mujer que ha sido mi ídolo siempre.

Resumen

Comestibles ricos es una compañía con más de 50 años de experiencia en el mercado local de snacks, siendo una de las empresas más relevantes en la industria alimenticia la cual ha sido referente en el mercado por su innovación y tecnología usada en su proceso de fabricación de productos icónicos en el mercado de los pasabocas empaquetados de Colombia.

La empresa ha diseñado un modelo de negocios admirable que le ha permitido enfocarse en el desarrollo exclusivo de fabricación de productos únicos y de alta calidad, dejando en mano de los colaboradores la distribución de su marca por todos los lugares del país, lo cual les ha garantizado tener presencia de su marca Superricas y Todo Rico, en la mayor parte el país, este modelo de distribución es el mismo que usan a nivel internacional trabajando con distribuidores de cada país con el fin de que vendan y distribuyan la marca Super Ricas sin necesidad de tener presencia de la empresa en cada destino. Sin embargo, esta ha representado un desafío para la expansión internacional de la empresa al no intervenir directamente en este proceso de posicionamiento de la marca.

La empresa les brinda oportunidad a los futuros profesionales de realizar el proceso de formación en su compañía, teniendo a casi 50 practicantes de diferentes áreas de la empresa, lo cual crea un ambiente de trabajo ideal para compartir interdisciplinariamente y ampliar la visión de la industria desde diferentes visiones profesionales. En mi cargo de aprendiz de negocios internacionales, puede aprender sobre el manejo de toda la empresa, como se comporta la industria alimenticia y aprendí como se puede llevar a una empresa nacional con más de 50 años de experiencia a tener presencia internacional con un producto como son los snacks.

En el siguiente trabajo encontraran información de una empresa que a lo largo de su historia ha logrado establecer su marca en varios países, y los retos a los que se enfrenta un producto colombiano a la hora de competir con empresas de todo el mundo en una industria que parece nunca estar cansada de seguir creciendo y cambiado, haciendo cada vez más evidente la necesidad que tiene las empresas de cambiar y adaptar sus procesos y sus productos a las tendencias que se imponen con fuerza a nivel mundial y gracias a la globalización.

Introducción

La dirección de exportaciones de comestibles ricos es un área que nace en respuesta al continuo desarrollo de las exportaciones realizadas por la empresa que desde el 2004 se encuentra comercializando sus productos a países como Canadá, Reino Unido y España, con lo cual se han enfrentado a diferentes retos que los han llevado a mejorar sus procesos, implementar nuevas técnicas y adaptar su conocimiento para cumplir con las exigencias del mercado internacional. Es por esta razón que nace el área internacional apoyada por un grupo de gerentes de diferentes áreas que constantemente están aportando el conocimiento de sus áreas para impulsar el crecimiento de las exportaciones y la presencia de la marca Super Ricas en diferentes mercados.

Sin embargo, es un área nueva que no cuenta con el personal suficiente para generar una rápida respuesta a las necesidades del mercado de snacks que constantemente está cambiando, además, de no estar completamente estructurado y alineado con las áreas de apoyo que interactúan en el proceso de exportaciones de la empresa. Es por esto que durante mi periodo de prácticas dentro de la empresa, identifique diferentes oportunidades de mejora en los procesos, la estructura y el desarrollo de las actividades que realizan con lo cual se espera optimizar los esfuerzos y generar nuevas oportunidades para la compañía.

Al conocer la oportunidad que tenía la empresa de mejorar sus procesos y proyectar las metas, realice la propuesta de mi plan de mejora para el área de exportaciones con el fin de estructurar las actividades y generar objetivos para cumplir con la misión general de la empresa sin embargo, una vez presente el plan se realizó un trabajo conjunto con el gerente del área con el fin de identificar nuevas oportunidades, cambios y mejoras que impulsaran el crecimiento de las exportaciones y estructurarán la gestión del área con respecto a los objetivos que se han ido construido de la mano de los gerentes que componen el comité internacional.

Primero logramos estructurar los pilares con los que se quería construir la estrategia de internacionalización de la marca Super Ricas, para lo cual se estudió la tendencia de la industria alimenticia del mundo, concluyendo que debíamos trabajar en respuesta a las necesidades saludables y de bienestar, el impulso de nuevas tecnologías en la empresa, la determinación del compromiso social- empresarial, y finalmente trabajar de la mano con la tradición e historia que lleva la marca en nuestro país. Con esta estructura elaboramos los planes de acción para cumplir con el objetivo general de crecimiento de la marca a nivel internacional, y esto nos llevó a diseñar una política de servicio post venta dirigido a establecer una relación más colaborativa con los distribuidores actuales y futuros que permitiera interactuar no solo en el proceso de venta, sino también en la construcción sólida y duradera de la marca Super Ricas en los países de destino.

Tabla de contenido

1.	PARTE II. ASPECTOS GENERALES.....	6
1.1	MISIÓN, VISIÓN Y VALORES.....	6
1.2	UBICACIÓN GEOGRAFICA COMESTIBLES RICOS S.A.....	7
1.3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL COMESTIBLES RICOS S.A.....	7
1.4	DEPARTAMENTO DE PRÁCTICAS.....	8
1.5	ANALISIS DOFA.....	8
2.	PARTE III. PLANTEAMIENTO DEL PLAN DE MEJORA.....	10
2.1	PLAN CENTRAL.....	10
2.3	OBJETIVOS.....	11
3.	PARTE IV. PROPUESTA DE MEJORA.....	11
3.1	CONCLUSIONES.....	12
3.3	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	13
4.	PARTE V. SEGUIMIENTO.....	16
4.1	ACTIVIDADES.....	16
4.2	CICLO DE ACTIVIDADES.....	16

Lista de anexos

Anexo 1.	Esquema de los pilares estratégicos de internacionalización.....	14
Anexo 2.	Plan de acción.....	15

1. PARTE II. ASPECTOS GENERALES

Comestibles Ricos S.A es una empresa de la industria alimenticia de Colombia, especializada en la manufactura de snacks como son los chips de papas, chips de plátanos y productos horneados y extruidos, que bajo el nombre de Super Ricas y Todo Rico, cuenta con una gran presencia en el mercado nacional siendo la segunda marca con más ventas de esta categoría de productos. Esta empresa familiar nace en el año 1961, siendo el proyecto de tesis del señor Carlos Silva, quien al llegar a Bogotá, encontró en este producto una oportunidad de negocio que hasta el día de hoy sigue cumpliendo con las expectativas del joven administrador de empresas que inicio con su pequeña empresa. En la actualidad, la empresa sigue trabajando para hacer crecer la marca de Super Ricas y Todo Rico, pero ahora bajo la gerencia de la doctora Amanda Silva, hija del fundador, y con la dirección de sus 4 hermanos que se desempeñan en diferentes áreas de la empresa. A pesar de los años, la empresa se encuentra en constante cambio y adaptación siendo referente en el sector por sus productos y tecnología que les permiten seguir compitiendo con marcas como Frito Lay que cuenta con presencia mundial.

1.1 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

MISIÓN COMESTIBLES RICOS S.A.

Satisfacer las necesidades de nutrición y deleite de los consumidores, produciendo y comercializando alimentos y pasabocas de calidad listos para el consumo, mediante procesos eficientes y competitivos que garanticen la maximización del valor patrimonial, el desarrollo sostenible y el bienestar de los asociados, bajo los principios de afecto, respeto y responsabilidad social; con énfasis en el pensamiento estratégico. (Comestibles Ricos S.A., 2020, p.1).

VISIÓN COMESTIBLES RICOS S.A.

Ser reconocidos como la marca preferida de productos y servicios innovadores de la mejor calidad, que brinde efectiva respuesta a las necesidades de los consumidores y clientes, logrando cobertura nacional y presencia internacional; siendo competitivos, generando valor para nuestros clientes, colaboradores y accionistas. (Comestibles Ricos S.A., 2020, p.1).

VALORES COMESTIBLES RICOS S.A.

Son la base sobre la que se construye la organización; pilares que nos ayudan a encaminar la empresa hacia el éxito y a trascender a través del tiempo.

- Servicio
- Confianza
- Innovación
- Excelencia

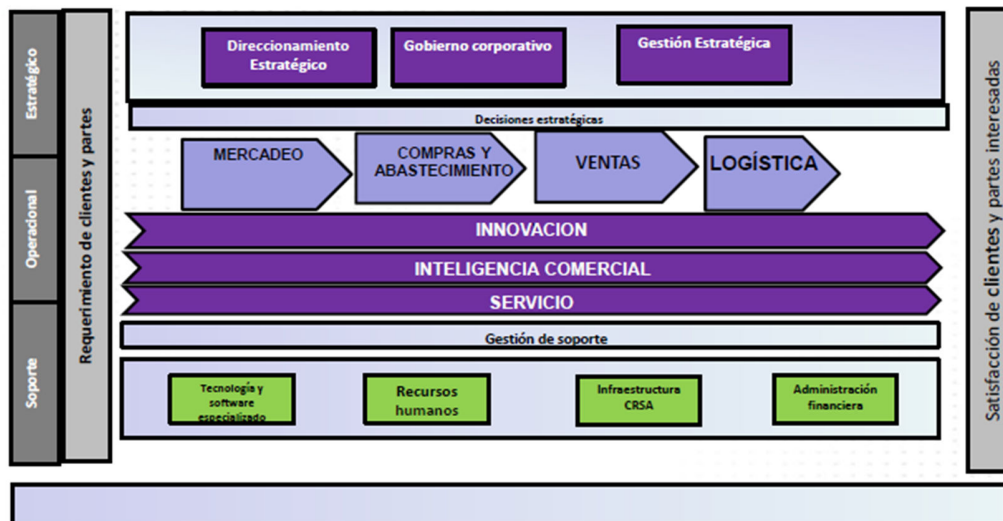
(Comestibles Ricos S.A., 2020, p.1).

1.2 UBICACIÓN GEOGRAFICA COMESTIBLES RICOS S.A.

La empresa Comestibles Ricos S.A, cuenta con dos instalaciones en la ciudad de Bogotá. Su sede principal se encuentra en Fontibón, en el barrio los bohíos, donde cuentan con su fábrica, el CEDI y el área administrativa. Desde la fábrica de Fontibón se elaboran y empaquetan los principales productos, los cuales se trasladan la CEDI para ser recogidos por los distribuidores independientes que hacen parte del equipo de la empresa. El área administrativa cuenta con tres pisos en los cuales participan todas las áreas administrativas que realizan las labores de soporte de la empresa, además de encontrarse la dirección general de la compañía.

La segunda instalación se ubica en el barrio Rio Negro de Bogotá, y es desde esta fábrica donde se elabora exclusivamente el producto de Riquillas.

1.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL COMESTIBLES RICOS S.A



La empresa cuenta con tres grandes pilares que conforman la estructura de la organización, los cuales se dividen así:

- **ESTRATEGICO:** Que es el encargado de establecer la investigación, los recursos y medios para cumplir con los objetivos de la empresa
- **OPERACIONAL:** Donde encontramos la actividad principal de la empresa, y lo conforman todas las áreas que se encargan de dar cumplimiento con la elaboración del producto final y su respectiva distribución.
- **SOPORTE:** Todas las áreas de la empresa que sirven de soporte para el desarrollo de las actividades de la empresa y a pesar de no ser parte de la actividad principal, soportan las actividades y permiten que se cumpla con los objetivos de cada área.

1.4 DEPARTAMENTO DE PRÁCTICAS

La dirección de exportaciones corresponde en la estructura organizacional al pilar operacional, perteneciendo a la división de ventas, por lo cual es una de las actividades centrales de la empresa y cumple una función fundamental en el cumplimiento de los objetivos planteados por la organización.

Las funciones que se me asignaron para el desempeño de mi cargo son las siguientes:

- Llevar registro de las exportaciones realizadas.
- Generar los documentos de las exportaciones programadas
- Elaborar los documentos de solicitud de pedidos a producción
- Elaborar investigaciones de mercados potenciales
- Informar de eventos, reuniones, pendientes e imprevistos que se presenten.
- Actualizar información de mercados, reglamentos o nuevas oportunidades para exportar.
- Enviar correos solicitados por el jefe directo.
- Realizar actas de las reuniones.
- Realizar trazabilidad de los envíos
- Actualizar las carpetas de exportación con los documentos de cada país y cada envío que se realiza.
- Realizar presentaciones de los proyectos de exportaciones.

El cargo de practicante de la dirección de exportaciones, es nuevo en la empresa, por lo cual la lista de funciones está dirigida tanto por mi jefe directo como por el departamento de capital humano.

1.5 ANALISIS DOFA

FORTALEZAS

- Es una empresa con más de 60 años de experiencia en el mercado de snacks, contando con un amplio conocimiento de los procesos de manufactura, con la maquinaria requerida para una producción en masa y con la infraestructura necesaria para el desarrollo de la actividad comercial a la que se dedican.
- La empresa ha desarrollado diferentes áreas que brindan apoyo a la operación y la actividad central de la compañía.
- Implementaron un área de innovación que cumple con la función de investigar y ejecutar nuevos avances de la industria.
- Constantemente generan inversión en infraestructura y tecnología que les permite especializarse y seguir compitiendo.
- La empresa exporta sus productos desde hace 20 años.

OPORTUNIDADES

- Incursionar en el segmento de snacks saludables para llegar a nuevos mercados que cada vez tienden a consumir estos alimentos.
- Certificar algunas de sus líneas de productos, con sellos de calidad e inocuidad de los productos.
- Establecer una estrategia de internacionalización que guie las acciones del área de exportaciones hacia el cumplimiento de las metas.
- Elaborar una estrategia de comunicación que les permita generar nuevas oportunidades de negocios con empresarios y distribuidores internacionales.
- Ampliar la estructura del área de exportaciones, contratando personal capacitado para desarrollar actividades de comercio y nuevas relaciones con clientes nuevos.

DEBILIDADES

- Al no contar con el personal suficiente en la dirección de exportaciones, hay procesos inconclusos afectando la productividad de las exportaciones.
- No se cuenta con la suficiente información de ventas y comportamiento del mercado en los destinos donde se tiene presencia de la marca Super Ricas y Todo Rico, lo que impide desarrollar estrategias de crecimiento.
- No hay un servicio de acompañamiento post venta con los distribuidores internacionales.
- No se están anticipando a las tendencias de consumo de snacks.
- No hay una estrategia de internacionalización, que guie a la empresa para cumplir los objetivos de crecimiento de exportaciones.

AMENAZAS

- El cambio en los hábitos y preferencias de los consumidores hacia productos certificados y con un aporte nutricional.
- El cambio de normas y leyes en los países de destino, lo cual dificulta la producción de empaques o materias primas acordes a las exigencias de cada mercado.
- El aumento de la competencia exportadora de snacks en Latinoamérica, donde cada vez nacen más empresas especializadas en maquilar productos de marcas blancas.
- Las nuevas tecnologías que llegan a la industria y hacen que la maquinaria se vuelva obsoleta.

2. PARTE III. PLANTEAMIENTO DEL PLAN DE MEJORA

2.1 PLAN CENTRAL

La industria de alimentos se enfrenta a un rápido y constante cambio que lleva a las empresas a trabajar día a día para adaptar sus productos a las tendencias y necesidades de consumo que se imponen a nivel mundial, y digo que es un comportamiento mundial por que la industria ha tenido que ampliar su visión del mundo para poder generar el crecimiento que esperan, la competencia es cada vez es más amplia y los productos innovadores y únicos cada vez toman mayor importancia en la industria que no parece descansar. Es por esto que vemos empresa y marcas que nacen solo para ser exportadas con el fin de cumplir con las necesidades de mercados en los que la oferta de productos es poco

Si bien es una empresa con más de 20 años de experiencia en exportaciones, se han enfrentado a nuevos retos y oportunidades que los han llevado a reinventar y reformular la estrategia de negocios adaptándola a las nuevas tendencias del sector alimenticio a nivel mundial, las cuales cada vez son más exigentes con las marcas y piden tener mayor información e interacción para así poder tomar la decisión de compra. Esto se ha presentado como una de las principales amenazas a las que se enfrentan la empresa, ya que debe adaptar el producto a las tendencias de alimentación saludables y a la nuevo interés del consumidor por conocer cuáles son las prácticas de las empresa y su responsabilidad social-empresarial, todo esto, unido a las nuevas regulaciones y legislaciones que implementan en los diferentes países de destino, las cuales deben ser cumplidas y adaptadas al producto para lograr el objetivo de diversificar los destinos de exportación.

Sin embargo la dirección de exportaciones es un área nueva de la empresa que necesita determinar cuáles serán las acciones necesarias para comenzar a generar mayor presencia de la marca Super Ricas en los diferentes destinos que viene persiguiendo desde hace varios años. Es por esta razón que se trabajó en establecer una estrategia de internacionalización que le permitiera a la empresa realizar las acciones necesarias para cumplir con las metas de crecimiento y desarrollo de marca que se habían establecido, acciones que requerían desligarse de las operaciones nacionales, y enfocarse en las nuevas tendencias que la categoría de snacks y los consumidores internacionales.

2.2 IMPORTANCIA IMPACTO Y LIMITACIONES DEL PLAN DE MEJORA

El plan de mejora nace de la necesidad que tiene el área por generar nuevas oportunidades de crecimiento internacional, hasta el momento el área ha sido manejada exitosamente por el gerente de exportaciones quien se ha encargado de los procesos de documentación legal además de realizar la apertura de nuevos mercados, sin embargo, la falta de personal de apoyo no ha permitido generar una estructura sólida ni una estrategia, por lo cual al llegar al área y conocer esta falencia puse en conocimiento del gerente de exportaciones la importancia de establecer la estrategia como medio para guiar las actividades y generar objetivos.

Las limitaciones con las que cuenta mi proyecto están determinadas por el presupuesto de la empresa, ya que hay diferentes procesos que necesitan de una inversión inicial para

poner en marcha varios de los pasos, además, coordinar que las diferentes áreas que interviene en el proceso, apliquen y cumplan esta estrategia, está limitado por su trabajo en el mercado nacional, al cual dedican el 90% de sus actividades.

2.3 OBJETIVOS

2.3.1 OBJETIVO GENERAL

Establecer la estrategia de internacionalización para la dirección de exportaciones con el fin de dar cumplimiento a los objetivos de expansión, trabajando bajo parámetros definidos que cumplen con las tendencias y exigencias de la categoría de snacks.

2.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Definir los aspectos de la categoría de snacks y la industria de alimentos bajo los que se debe trabajar para dar cumplimiento a la estrategia de internacionalización.
- Construir el plan con las acciones que debe realizar la dirección de exportaciones para alcanzar los objetivos de crecimiento propuestos, el cual será guiado por la estrategia propuesta.
- Definir las herramientas de trabajo para cumplir con la estrategia de internacionalización propuesta.

3. PARTE IV. PROPUESTA DE MEJORA

Se propone establecer una estrategia basada en cuatro pilares básicos determinados por las tendencias de consumo de la industria de alimentos a nivel mundial, y los cuales se mantendrán durante los próximos cinco años según las proyecciones.

Lo primero que realizamos en compañía del gerente de exportaciones, fue el esquema de pilares estratégicos de internacionalización, los cuales estudiamos y determinamos por el comportamiento del consumidor actual, así logramos establecer los cuatro más importantes para la empresa y que cumplieran con la propuesta de valor de toda la compañía, estos pilares fueron:

- Productos saludables y de bienestar
- Nuevas tecnologías
- Contar una historia a través de nuestros productos de tradición.
- Generar un compromiso ético y de responsabilidad social.

Una vez se aprobaron estos pilares, pasamos a determinar cuáles serían las acciones claves que nos llevarían a cumplir con los objetivos, y diseñamos la siguiente estrategia:

- Comunicación con los distribuidores y consumidores internacionales, con este punto se espera aumentar la relación entre los distribuidores de los diferentes destinos de exportación estableciendo una relación cooperativa que permita determinar con cada uno, cuales son las oportunidades de la marca en el mercado. y conectar con el consumidor requiere, de herramientas digitales y de promoción que conecten desde la distancia con Super Ricas.
- Certificar productos, responde a las nuevas tecnologías y el respaldo de la ética de la empresa, por lo cual se consideraron los sellos más importantes en la industria de alimentos, que no solo respaldan el bienestar y la salud de los consumidores, sino que también garantizan los procesos de fabricación que se realizan para llevar el producto final.
- Establecer un proceso de innovación constante por parte de la empresa que les permita competir con marcas que están incursionando con procesos y productos diferentes. Este texto es propio de no ser así debe ser citado para respetar los derechos de autor

Una vez se estableció la estrategia, creamos el plan de acción el cual se segmentó en planes de corto, mediano y largo plazo.

3.1 CONCLUSIONES

Al momento de finalizar mi proceso de prácticas profesionales con la empresa de Comestibles Ricos S.A, no tengo más que palabras de agradecimiento, no solo por abrirme las puertas de la familia Super Ricas, sino también por el amplio conocimiento con el que terminé este ciclo de mi etapa estudiantil. Este plan de mejora está completamente pensado en ampliar las oportunidades en el mercado exterior y mejorar los procesos de la dirección de exportaciones, es por esta razón que más que realizar una recomendación me quedo con la satisfacción de que construimos un futuro y un camino para cumplir las metas de la empresa.

En el desarrollo de mis prácticas todas las personas de la empresa me brindaron su apoyo, me guiaron y me enseñaron pacientemente a realizar las tareas que se habían asignado, además de eso, siempre estuvieron dispuestos a enseñarme todo lo que pudiera ser útil para mi desarrollo profesional y me contaron todo lo que consideraron importante de la nueva industria a la que me enfrentaba y esto me sirvió para encontrar muchas oportunidades de crecimiento para el área y para la empresa. Al compartir mis ideas con el gerente de exportaciones logré entender cuál podía ser mi aporte a la compañía y con su experiencia logramos trabajar de la mano para hacer realidad varios de los proyectos que juntos construimos.

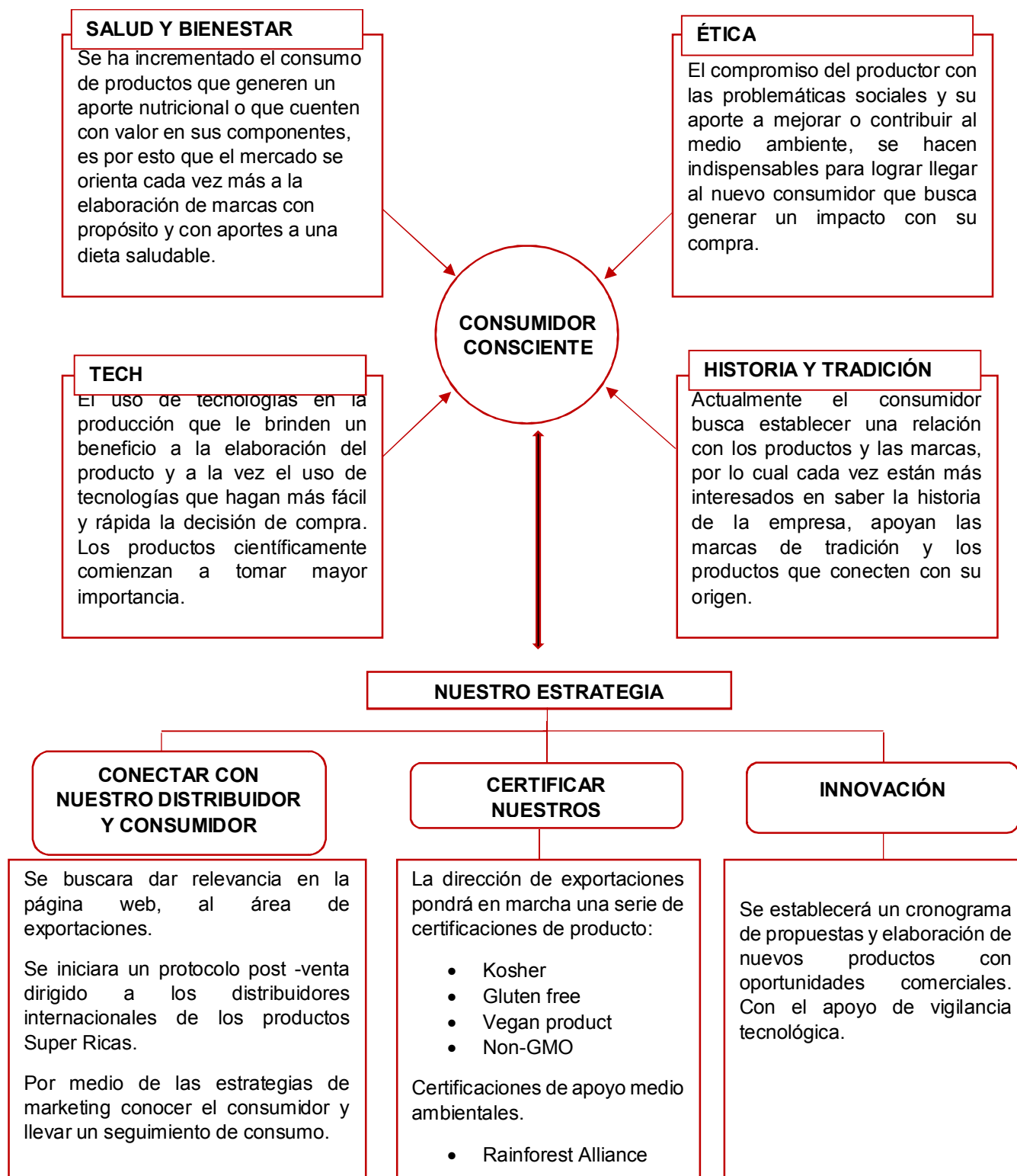
La empresa cuenta con un excelente ambiente laboral y permite el desarrollo de las ideas de todos los colaboradores, creado espacios de opinión y evaluación de las ideas que son propuestas por los diferentes cargos.

Al momento de terminar mi labor como practicante, el proyecto fue presentado a la gerencia de la empresa y fue aprobado para iniciar con las primeras investigaciones de costos y medios para conseguir las certificaciones adecuadas para el producto de exportación. Hemos establecido contacto con los distribuidores actuales y se les ha brindado el apoyo correspondiente para cada canal de distribución en el que tiene presencia la marca. Se tiene 5 proyectos de innovación de productos que nacieron de los pilares establecidos donde la importancia de productos saludables es una tendencia a la que se debe adaptar las empresas de alimentos del mundo.

3.3 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Comestibles Ricos S.A. (2020). Conócenos. Comestibles Ricos S.A. www.superricas.com

Anexo 1. Esquema de los pilares estratégicos de internacionalización



Fuente: elaboración propia, Comestibles Ricos S.A. (2020). Conócenos. Comestibles Ricos S.A. www.superricas.com

Anexo 2. Plan de acción.

PLAN DE ACCIÓN.

**PLAN A CORTO PLAZO.
2020 - 2021**

- Establecer presencia de Panamá, Estados Unidos y Puerto Rico.
- Desarrollo de nuevo producto: Strips de plátano, potato sticks.
- Crear nuevas herramientas de comunicación: Presencia en la página web y crear una presentación del catálogo de exportación.
- Establecer nuevos contactos por medio de ferias y macrorruedas.
- Aumentar la estructura del área de exportaciones.

**PLAN A MEDIANO PLAZO.
2021 - 2023**

- Ingresar al mercado de Países Bajos, Alemania, Bélgica
- Tener presencia en Europa con la marca Superricas.
- Contar con proveedores alternos para garantizar volumen, innovación y precios competitivos.
- Contar con certificaciones de reconocimiento mundial.

**PLAN A LARGO PLAZO.
2023 -2025**

- Mantener presencia en Europa, Y Norte América.
- Llevar los productos Super Ricas a Emiratos Árabes, China y Australia.
- Obtener certificaciones que permitan a los productos ser más competitivos y llegar a más culturas.

INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS Y RSE

Fuente: elaboración propia, Comestibles Ricos S.A. (2020). Conócenos. Comestibles Ricos S.A. www.superricas.com

4. PARTE V. SEGUIMIENTO

4.1 ACTIVIDADES

Inicio el 13 de febrero del 2020 en el área administrativa de la empresa Comestibles Ricos S.A, con el cargo de aprendiz de la dirección de exportaciones bajo la dirección del gerente John Silva. Al ingresar se me asignaron una serie de tareas a desarrollar las cuales debían estar bajo supervisión del gerente quien me guió y apoyó en el proceso de aprendizaje. Inicialmente debía estar al pendiente de las fechas de los pedidos de exportación la cual tenía que informar y generar la cotización de los costos de transporte y disponibilidad de los embarques, para ser aprobadas por el gerente de dar trámite a la respectiva reserva, una vez tenía la reserva era mi deber preparar los documentos requeridos por el cliente y la agencia de aduanas para poder exportar el contenedor cumpliendo con los requerimientos legales, estos documentos se debían anexar en totalidad en las respectivas carpetas de exportaciones por país y fecha, lo cual obedece a los requisitos de cumplimiento con la norma BASC internacional, de la cual tienen certificado. Durante el primer mes, pude actualizar información de exportaciones generar los nuevos pedidos y documentar el proceso de estos pedidos internacionales.

Cuando inicio la pandemia del covid-19, la empresa decide suspender el contrato de los 50 practicantes que se encontraban desarrollando actividades en la empresa, esto como medida extrema para controlar la propagación del virus y salvaguardar las finanzas de la empresa, por esta razón mi labor se vio afectada y suspendida hasta el 1 de agosto del 2020 cuando la empresa decidió renovar las practicas.

Una vez retome mis labores habituales, iniciamos un proceso de análisis de mercados que tuvieran una oportunidad para los productos alimenticios que la empresa ofrece, elaboramos una investigación sobre la competencia nacional exportadora de snacks y realizamos un plan de desarrollo de actividades con el fin de presentar los avances y proyectos nuevos al comité de internacional, con lo cual logramos dar una amplia perspectiva del mercado internacional al que nos estábamos enfrentado como empresa.

4.2 CICLO DE ACTIVIDADES

CICLO I

INICIO: 13 de febrero del 2020

FINALIZO: 25 de marzo del 2020

OBJETIVOS:

- Elaborar el DOFA de la empresa.
- Identificar el comportamiento de la industria alimenticia.

Se realizó el DOFA de la empresa para identificar las opciones para plantear el plan de mejora.

Para conocer mejor la industria, realice diferentes investigaciones de competidores, comportamiento de consumo mundial, precios de la categoría, exportaciones por año Colombia, países que mayor exportaban snacks, productos innovadores y la historia de la empresa.

CICLO II

INICIO: 01 de agosto del 2020

FINALIZO: 10 de septiembre del 2020

OBJETIVOS:

- Construir las oportunidades de mejorar teniendo en cuenta las investigaciones de mercado propuestas por la dirección.
- Presentar las ideas del plan de mejorar al gerente para ser evaluadas y aprobadas.

En esta etapa comencé a construir las propuestas del plan de mejora, donde encontré diferentes oportunidades y debilidades que la empresa tenía en dirección al mercado internacional, fue así que establecí la propuesta de la estrategia internacional y otros proyectos asociados a potenciar la dirección de exportaciones.

CICLO III

INICIO: 11 de septiembre del 2020

FINALIZO: 15 de noviembre del 2020

OBJETIVOS:

- Presentar la estrategia y avances al comité internacional y a la gerencia.

Se realizaron diferentes presentaciones para dar a conocer la estrategia con la que estará trabajando la dirección, la cual fue aprobada y ajustada, poniendo en marcha los primeros pasos de el plan de acción.

CICLO IV

INICIO: 16 de noviembre del 2020

FINALIZO: 15 de diciembre del 2020

OBJETIVOS:

- Actualizar los documentos del proyecto propuesto
- Comunicar las conclusiones y avances logrados