

Prácticas profesionales

Judith Katherine Bocanegra Lozano

Negocios Internacionales, Universidad Santo Tomas

Opción de Grado Prácticas profesionales

Ernesto Arguello Pirazan

10 de Junio de 2024

Resumen

Este documento trata sobre el plan de mejora presentado a la facultad de Negocios internacionales, con el objetivo de obtener el título de profesional en Negocios internacionales bajo la modalidad de prácticas profesionales realizadas por Judith Katherine Bocanegra Lozano en la empresa Constructora Bolívar S.A.

El objetivo es proponer una estrategia y propuesta de valor para el proceso de ventas en el exterior, maximizando la presencia de la constructora en otros países y aumentando las ventas a nivel internacional.

Por lo tanto, se identificó que la principal debilidad de la empresa es la falta de presencia significativa en otros países, lo que limita la expansión del mercado objetivo y genera pérdida de oportunidades de negocio.

La propuesta de mejora es realizar un estudio de mercado para la empresa Constructora Bolívar S.A. en el departamento de ventas con un reconocido proveedor inmobiliario especializado en el marketing y publicidad con presencia en diferentes países entre esos Estados Unidos, España, Chile y Canadá, donde hay presencia de colombianos interesados en invertir vivienda en Colombia, Omnicongroup es un proveedor líder en soluciones en ventas y marketing el cual sería una buena alternativa para impulsar el crecimiento de la Constructora Bolívar S.A.

La finalidad es potencializar el área comercial con ventas en el exterior, optimizar recursos, disminuir costos y facilitar el proceso de compra para los interesados en invertir en Colombia.

Agradecimientos

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a quienes contribuyeron a la culminación y éxito en este proyecto de prácticas, primero, quiero agradecer a todos los docentes de la facultad de negocios internacionales por su orientación experta y su apoyo constante en mi carrera, fundamental para el desarrollo profesional.

También quiero extender mi gratitud a Constructora Bolívar por brindarme la oportunidad de realizar mis prácticas en la compañía. Siendo una experiencia enriquecedora y gratificante que sin duda ha contribuido a mi crecimiento profesional y personal.

Por último, quiero agradecer a mi familia y amigos por su apoyo incondicional a lo largo de la carrera, su acompañamiento en el proceso han sido un motor fundamental para mantenerme motivado durante el periodo académico y de prácticas.

Introducción

En el siguiente informe se va a realizar un planteamiento de mejora en el área comercial sobre el proceso de internacionalización de la compañía, las prácticas profesionales son realizadas en Constructora Bolívar S.A. donde me basare en la teoría de internacionalización Según la teoría de Hymer, es fundamental que la investigación de solución frente a la falta de presencia de la compañía en otros países, así mismo darle viabilidad a la propuesta a realizar, se cuenta con el apoyo del jefe inmediato del área comercial quien cuenta con la información necesaria y detallada.

La teoría de internacionalización de Hymer podría aplicarse de la siguiente manera para que Constructora Bolívar pueda maximizar sus ventajas competitivas como empresa sólida y reconocida en Colombia, necesita buscar un mayor control directo de sus actividades en el exterior. con la propuesta de mejora de buscar una mayor participación e inversión de Constructora Bolívar en mercados externos, ya que esto le permitiría controlar mejor sus actividades internacionales, proteger sus ventajas competitivas y reducir costos y riesgos en su proceso de internacionalización. (PEDRO PABLO CARDOZO, 2007)

La intención del proyecto tiene como objetivo plantear una propuesta de mejora al proceso de ventas a nivel internacional y aplicarlo de manera efectiva, como resultado un crecimiento en el área y un mayor reconocimiento a nivel internacional

La publicidad segmentada a nivel internacional es vital porque ayuda al posicionamiento de la marca, a atraer más clientes colombianos que quieran invertir en su país y así dar a conocer los beneficios de adquirir un inmueble con gran valorización en Colombia.

Índice

Introducción	4
1 LA EMPRESA.....	6
1.1 Aspectos Generales.....	6
1.1.1 Misión, Visión y Valores	6
1.1.2 Ubicación Geográfica	7
1.1.3 Estructura Organizativa	8
2 PARTE III PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES.....	10
2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales.....	10
2.2 Importancia de las limitaciones y alcances de las prácticas profesionales	10
2.3 Objetivo General.....	10
2.3.1 Objetivos específicos	11
3 Plan de mejora.....	11
3.1 Propuesta de mejora.....	11
3.2 Objetivo 1.....	11
3.3 Objetivo 2.....	11
3.4 Objetivo 3.....	12
4 Seguimiento prácticas profesionales.....	15
4.1 Programación de actividades	15

1 LA EMPRESA

1.1 Aspectos Generales

Estos aspectos generales indican cuales son los puntos clave sobre la empresa Constructora Bolívar S, A. en el sector Inmobiliario y turístico de Colombia. (Bolívar, 2023)

1.1.1 Misión, Visión y Valores

Misión

Generar valor económico, social y ambiental de forma sostenible para beneficio de la comunidad y de nuestros accionistas, colaboradores y clientes. Para lograrlo, contamos con un equipo humano que se caracteriza por sus destrezas en: Conocimiento de Nuestro Negocio y de Nuestros Clientes, Manejo del Riesgo, Relaciones Emocionales, Investigación, Innovación, Tecnología y Sinergia Empresarial. (Bolívar, 2023)

Visión

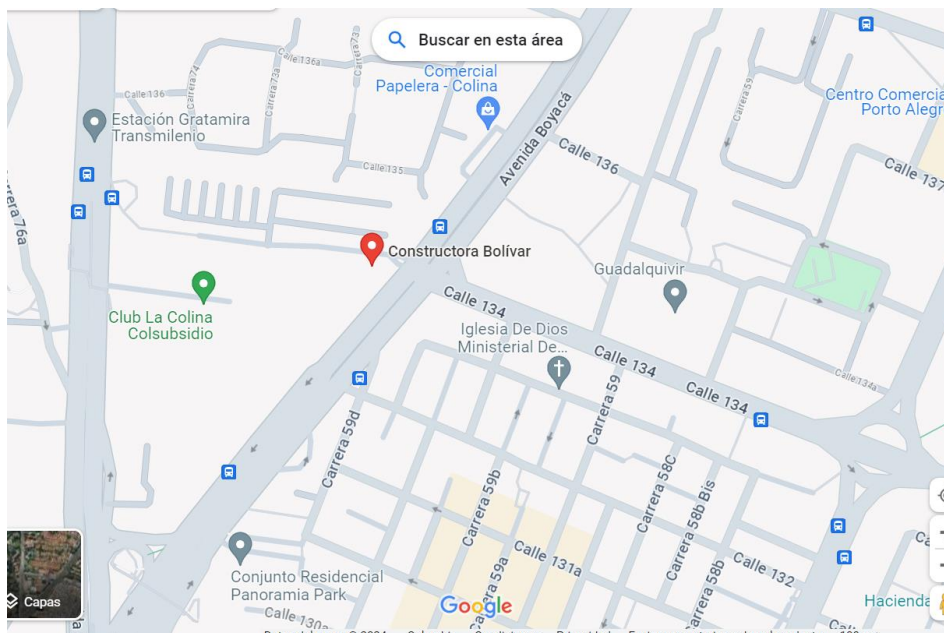
Seguiremos siendo la constructora que más sueños de vivienda les cumple a los colombianos, comprometidos con la innovación, la calidad, la sostenibilidad y el bienestar de Nuestra Gente y sus familias, generando valor a nuestros grupos de interés. (Bolívar, 2023)

Valores

- **Respeto**
- **Honestidad**
- **Equidad**

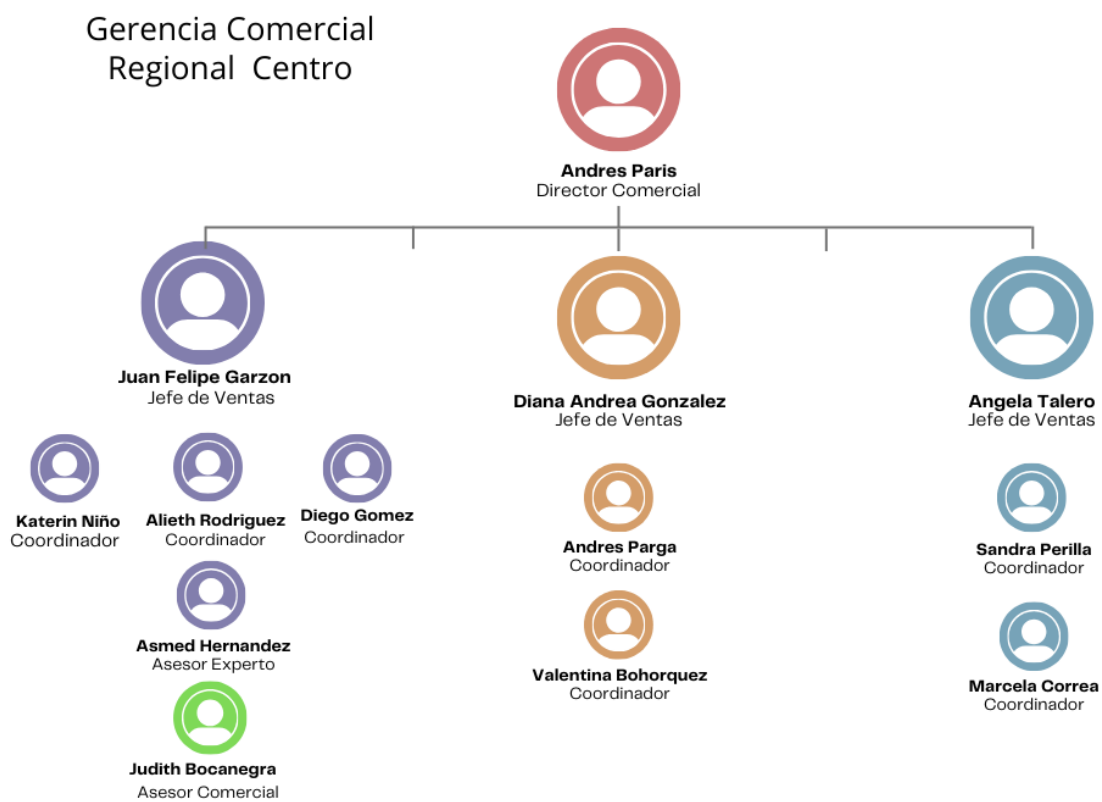
- **Disciplina** (Bolívar, 2023)
- **Alegría, Entusiasmo y Buen Humor** (Bolívar, 2023)

1.1.2 Ubicación Geográfica



Geográficamente la sede principal se encuentra situada en la Calle 134 # 72 – 31 en la ciudad de Bogotá, adicionalmente cuenta con diferentes salas de ventas en ciudad de Bogotá, Ibagué Barranquilla, Santa Marta, Cúcuta, Valledupar, Ricaurte y en el departamento de Cundinamarca. (Bolívar, 2023)

1.1.3 Estructura Organizativa



Fuente: Elaboración Propia

FORTALEZAS	DEBILIDADES
● Reconocimiento de la compañía y reputación sólida en el mercado nacional ● Apalancamiento financiero del Grupo Bolívar ● Certificaciones nacionales e internacionales.	● La falta de presencia en otros países limita la expansión del mercado objetivo, perdiendo oportunidades de negocio. ● Limitaciones en la infraestructura tecnológicas ● Asesores sin visa, ni pasaporte ● Asesores con un bajo nivel de inglés
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
● Potencial de expansión a nuevos mercados ● Posibilidad de ofrecer soluciones innovadoras y sostenibles ● Desarrollo de nuevas tendencias en infraestructura y tipos de vivienda.	● Fluctuaciones económicas ● Cambios en las regulaciones Gubernamentales ● Riesgo del impacto ambiental y presión de grupos ambientalistas

2 PARTE III PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales

El presente informe tiene como objetivo examinar las diferentes amenazas que enfrenta la Constructora Bolívar S, A. en donde se identifica la falta de presencia de la compañía en otros países limitando la expansión del mercado objetivo que resulta en la pérdida de oportunidades de negocio.

2.2 Importancia de las limitaciones y alcances de las prácticas profesionales

La comprensión de las amenazas es crucial para que Constructora Bolívar S, A. comprenda los desafíos que pueden afectar su capacidad de crecimiento y expansión. El informe proporciona a la empresa la oportunidad de reflexionar sobre posibles estrategias para abordar el problema y explorar un enfoque comercial de expansión para disminuir los riesgos y aprovechar al máximo las oportunidades disponibles, mi trabajo como practicante es analizar profundamente y concreto las razones tras la falta de presencia de otros países y proponer estrategias para identificar el mercado objetivo.

2.3 Objetivo General

Proponer una estrategia de valor en el proceso de compra en el exterior donde Constructora Bolívar S.A maximice la presencia en otros países, buscando la viabilidad y la implementación de un sistema que aumente las ventas a nivel internacional.

2.3.1 Objetivos específicos

Identificar los países con el mejor potencial para el crecimiento de Constructora Bolívar S.A, teniendo en cuenta el desarrollo económico.

Implementar una estrategia de marketing para aumentar la presencia de la marca en los diferentes mercados del exterior.

Realizar un estudio indicando la medida de desempeño de la estrategia implementada, junto con evaluaciones periódicas que calculen el éxito de la aplicación.

3 Plan de mejora

3.1 Propuesta de mejora

3.2 Objetivo 1

La propuesta se dirige en potencializar el área comercial con ventas en el exterior con el fin de tener mayor participación internacional, en el proceso de investigación se evidencia que hay presencia de la constructora Bolívar en países como Estados Unidos, España y Chile pero con poca presencia en ferias de vivienda y publicidad de la constructora en dichos países, se debe detallar de manera clara el sistema de venta internacional donde se encuentre la efectividad en diferentes factores que acompañan el área comercial como la optimización de recursos generados mediante las ventas online, disminución de costos asociados a la operación facilitando el proceso de compra a las personas interesadas en invertir en el país, Adicionalmente se busca llegar a lugares potenciales para incrementar las ventas.

3.3 Objetivo 2

Se recomienda realizar un Estudio de mercado con un proveedor especializado de mercado en el exterior, dicho lo anterior se evidencia que Estados Unidos es el país con mayor

presencia de colombianos siendo potenciales compradores ubicados en ciudades como New York, Miami, Houston y los ángeles, España es otro país europeo con gran presencia de colombianos principalmente en Barcelona, Madrid y Valencia, Chile es otro país con gran presencia de colombianos principalmente presencia en la ciudad de Chile, y finalmente Canadá la cual ha ido incrementando la comunidad colombiana especialmente las ciudades como Vancouver, Toronto y Montreal.

3.4 Objetivo 3

Se recomienda buscar proveedores de plataformas digitales inmobiliarias y proveedores de publicidad con presencia en los países anteriormente mencionados.

Actualmente la constructora cuenta con alianza financiera con diferente bróker, la idea es seguir ampliando esas alianzas.

Conclusión

□ Constructora Bolívar S.A. es una empresa sólida y reconocida en el mercado inmobiliario colombiano, pero tiene una limitada presencia internacional, lo cual representa una debilidad y una oportunidad de mejora.

□ La falta de presencia significativa en otros países está restringiendo la expansión del mercado objetivo de la empresa y provocando la pérdida de potenciales oportunidades de negocio en el exterior.

□ El objetivo principal del plan de mejora propuesto es desarrollar estrategias que permitan a Constructora Bolívar maximizar su presencia en otros países, con el fin de aumentar sus ventas a nivel internacional.

□ Se recomienda realizar un estudio de mercado en países con alta presencia de colombianos, como Estados Unidos, España, Chile y Canadá, ya que se considera que estos representan mercados potenciales para la venta de viviendas en Colombia.

□ Para tener éxito en la expansión internacional, se sugiere buscar proveedores de plataformas digitales inmobiliarias y de publicidad con presencia en los países objetivo, así como ampliar las alianzas financieras con brokers.

Constructor Bolívar. S.A considera que Canadá es el país más adecuado, dados sus ventajosos incentivos fiscales y tributarios tanto a nivel federal como provincial. El país también cuenta con una normativa clara y favorable a la inversión extranjera también un sólido acceso a la financiación, fuertes canales de mercado y distribución, así como acuerdos comerciales beneficiosos. Además, las políticas gubernamentales canadienses son estables en términos de responsabilidad social y sostenibilidad, aunque Estados Unidos es otra opción favorable por su

vasto mercado y su acceso a la financiación así mismo la normativa puede ser más rígida y burocrática. España y Chile también presentan buenas oportunidades, pero puede que no sean tan competitivos en todos los factores mencionados en comparación con Canadá y Estados Unidos.

Canadá destaca también como la opción más viable en el factor económico, Ofrece un elevado potencial de inversión y un entorno favorable a los negocios. La economía es estable, con oscilaciones económicas controladas. Los bajos tipos de interés fomentan la inversión la población tiene un fuerte poder adquisitivo y el crecimiento económico es sólido adicionalmente cuenta con una inflación baja.

Estados Unidos también es una buena opción por su gran mercado y poder adquisitivo, aunque presenta mayores fluctuaciones económicas y variabilidad de los tipos de interés.

España y Chile ofrecen buenas oportunidades, pero puede que no sean tan competitivos en todos los factores mencionados en comparación con Canadá y Estados Unidos. España presenta ventajas en el contexto europeo, mientras que Chile resulta atractivo en el contexto latinoamericano.

☐ Las estrategias propuestas buscan optimizar los recursos, disminuir los costos asociados a la operación internacional y facilitar el proceso de compra para los clientes extranjeros interesados en invertir en Colombia.

☐ En general, el plan de mejora apunta a potencializar el área comercial de Constructora Bolívar en el exterior, lo cual se considera fundamental para el crecimiento y la expansión internacional de la empresa.

4 Seguimiento prácticas profesionales

4.1 Programación de actividades

La función principal es realizar el proceso de venta de inmuebles, desde la negociación hasta el cierre exitoso, priorizando la satisfacción del cliente y los intereses de la empresa. Esto implica investigar y perfilar a los clientes, cotizar los inmuebles disponibles, asesorar en trámites y financiamiento, hacer seguimiento al proceso de venta y a la cartera, y mantener actualizada la información en el sistema y la base de datos de ventas.

Bibliografía

- Abiertos, D. (1 de mayo de 2024). *Colombianos registrados en el exterior*. Obtenido de https://www.datos.gov.co/Estadisticas-Nacionales/Colombianos-registrados-en-el-exterior/y399-rzwf/about_data
- Bolívar, C. (2023). *Constructora Bolívar.: Tu hogar ideal en Colombia*. Obtenido de <https://www.constructorabolivar.com/>
- Con sus proyectos urbanos, Constructora Bolívar crea comunidades y respeta el medio ambiente*. (16 de Julio de 2019). Obtenido de <https://www.qhubocali.com/marcas-de-corazon/con-sus-proyectos-urbanos-constructora-bolivar-crea-comunidades-y-respeta-el-medio-ambiente/>
- PEDRO PABLO CARDOZO, A. C. (2007). *Teorías de internacionalización*. PP Cardozo .
- Omnicom Group | Global Marketing Communications*. (s.f.). Obtenido de <https://www.omnicomgroup.com>
- Mundial, B. (10 de Enero de 2023). *La desaceleración abrupta y prolongada golpeará con fuerza a los países en desarrollo*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2023/01/10/global-economic-prospects>
- Mundial, G. B. (24 de Octubre de 2019). *Informe Doing Business 2020: mantener el ritmo de las reformas para mejorar el clima de negocios*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2019/10/24/doing-business-2020-sustaining-the-pace-of-reforms>

Pellicer, L. (5 de Febrero de 2024). *La OCDE eleva las previsiones de crecimiento para España en 2024 en una décima, hasta el 1,5%*. Obtenido de <https://elpais.com/economia/2024-02-05/la-ocde-eleva-las-previsiones-de-crecimiento-para-espana-en-2024-en-una-decima-hasta-el-15.html>