



TRABAJO FINAL PRACTICA PROFESIONAL

JULIANA SOFIA PARADA GARCIA

CÓDIGO 2238182

FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

DIVISIÓN DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS

BOGOTA

2023



PLAN DE MEJORA 3M COLOMBIA

JULIANA SOFIA PARADA GARCIA

CÓDIGO 2238182

TUTOR

DIEGO FERNANDO CASTILLO CASTELLANOS

DOCENTE ACADEMICO

FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

DIVISIÓN DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS

BOGOTA

2023

Índice	
RESUMEN	4
AGRADECIMIENTOS	5
PARTE I	6
INTRODUCCIÓN	6
PARTE II	6
LA EMPRESA	6
Aspectos generales	6
Misión	6
Código de conducta global	7
Ubicación Geográfica	7
Estructura Organizacional	7
Unidad o Departamento	8
DOFA	8
PARTE III	9
Plan de marketing para absorbentes industriales en Latinoamérica	9
ESTRATEGIAS	13
Objetivo general	15
Objetivos específicos	15
GLOSARIO	17
Referencias	17

RESUMEN

Lo que se pretende con este plan de mejora es ampliar el consumo de los absorbentes de 3M en aquellos países de Latinoamérica en los cuales no somos líderes del mercado, para esto se llevarán a cabo junto con las personas involucradas en este proyecto, diferentes análisis de las situaciones más relevantes que nos van a permitir entender mucho más el mercado y las formas en las cuales podemos acercarnos a cada país para aumentar las ventas de los diferentes tipos de absorbentes que se manejan dentro de la compañía, se realizará investigación con los mayores compradores de 3M acerca de los factores que requieren ser mejorados para crecer más en los diferentes países, se realizará un mapa de valor de precios para analizar los precios de 3M respecto a la competencia para así poder generar las estrategias que permitan ganar mayor porcentaje de mercado, así mismo se analizarán las diferentes industrias para poder decidir cuál será el enfoque del plan de marketing, y así mismo se realizarán diferentes análisis de ventas en años anteriores (las cuales no podrán mostrarse dentro de este plan ya que son cifras confidenciales) para poder generar estrategias que nos ayuden a crecer en este portafolio de producto

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar agradezco a mi hermosa madre quien además de darme la vida se ha esforzado día a día por ayudarme a crecer como persona y como profesional, quien siempre me ha apoyado y ha estado para mí, mi mejor amiga para toda la vida y a quien amare por toda la eternidad, a Sebastián mi pareja quien estuvo durante toda la carrera junto a mi apoyándome, animándome, amándome con quien recorrí este largo camino de universidad de la mano y con quien ahora comparto mi vida , a mi Cloe María, mi mascota, mi hija, quien me lleno de compañía y amor durante las largas noche de trabajos de la universidad y quién siempre me espero con una colita feliz cuando llegaba de estudiar, a mi abuela que ame y amo demasiado pero que ya no está en este mundo, antes de morir me hizo prometerle que iba a culminar esta etapa de la mejor manera y que iba a ser una gran mujer, abue lo estoy logrando.. por último agradezco a mi tío quien ha Sido como mi papá le agradezco por siempre ser esa figura paterna que no tuve, por tratarme como un princesa y siempre darme palabras de aliento, agradezco también a aquellos profesores que me guiaron durante todo el proceso académico, a 3M quien me abrió las puertas en el mundo laboral y confío en mi para realizar mis prácticas profesionales , y finalmente a Dios y la virgen por darme una hermosa vida y permitirme vivir estas etapas tan maravillosas llenas de gente muy especial.

PARTE I

INTRODUCCIÓN

El plan de marketing surge de la necesidad de la compañía por dar más importancia a un portafolio de producto que esta descuidado en algunos países, y que en muchos otros no tiene ventas relevantes para la compañía, los absorbentes industriales pertenecen al portafolio de productos 3010 de floor safety, en el cual se encuentra acompañado por los tapetes nomad para seguridad industrial, cintas de piso abrasivas ,alfombras de vinilo y productos de tracción en general, este plan de marketing se centra únicamente en el producto de absorbentes industriales dado que los demás productos cuentan con su propio plan de marketing dentro de la compañía dirigido a los diferentes países, este plan de marketing se desarrollará por medio de diferentes estrategias de canal e ira enfocado a los países de Brasil México, Guyana, Chile y Ecuador.

PARTE II

LA EMPRESA

Aspectos generales

3M fue fundada en el año 1920 en Minnesota, sus siglas significan Minnesota Mining and manufacturing, 3M es una empresa dedicada a suplir sus 4 principales pilares, tecnología, por medio de la creación de portafolios únicos con productos diferenciados, manufactura e investigación diaria para lanzar nuevos productos al mercado, capacidades globales para respaldar un desarrollo efectivo de los productos, por último, el valor de la marca.

Tienen diversos enfoques de productos entre los que podemos encontrar, salud, electrónica, transporte, seguridad, Oficina, sector gubernamental entre otros.

Actualmente 3M cuenta con más de 150 plantas en 36 países, Ventas y mercadeo en más de 70 países y laboratorios de investigación y desarrollo en más de 50 países. Las marcas por las cuales más se conoce a 3M son Nexcare, Scotch, post it, entre otras. (3M, s.f.)

Misión

“Potenciar el crecimiento ético e inspirar la integridad mediante la colaboración, la educación y la administración de los bienes más importantes que tiene 3M: nuestra gente y nuestra reputación” (3M, s.f.)

Código de conducta global

- Sea Correcto
- Sea Honesto
- Sea Justo
- Sea Leal
- Sea Preciso
- Sea Respetuoso

Ubicación Geográfica

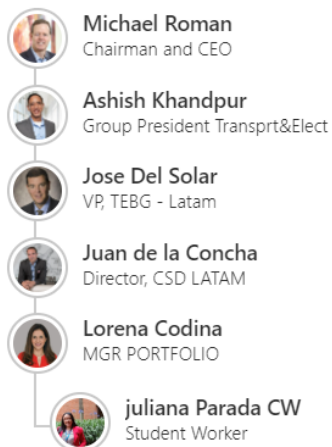
La sede en la cual desarrolle las practicas está ubicada en Bogotá en Avenida el dorado No 75 –

93



Estructura Organizacional

Organización



Unidad o Departamento

La practica la realiza en la división CDS (comercial solution división) Latinoamérica en el área de TEBG (transportation and electrocnic business group) BG Mktg.

En la división de CSD actualmente está desarrollando el proyecto de renovación de imagen de Bancolombia, acá se incluyen todas las modificaciones que se realicen a bancas, sucursales y cajeros a nivel nacional, dentro de este proyecto mis funciones fueron cargue de informes de antes y después de sucursales a nivel nacional al SharePoint del banco, cargue de fotos de cajeros y sucursales, apoyo con liquidaciones, apoyo con permisos para intervención de los diferentes puntos, así mismo estuve a cargo de todo lo referente a sucursales full Bancolombia, que fueron 8 repartidas entre Antioquia y Caribe, allí debía estar pendiente de todos los aspectos técnicos y operativos para entregar dichas sucursales a tiempo.

En el área TEBG (Transportation and electronic business group) dentro de este se manejan productos relacionados a cuidado y mantenimiento de superficies (pisos), todo lo relacionado a abrasivos, absorbentes industriales para diferentes propósitos, Electrónica, Materiales avanzados, seguridad en el transporte, soluciones comerciales, Productos automotrices y aeroespaciales. Mis funciones dentro de esta área fue la creación del plan de marketing para absorbentes industriales a nivel Latinoamérica, apoyo en la unificación de descripciones de productos a nivel latam, recopilación de empresas para facility management, entre otras.

DOFA



Elaboración: Propia

PARTE III

2. 1 Plan de mejora

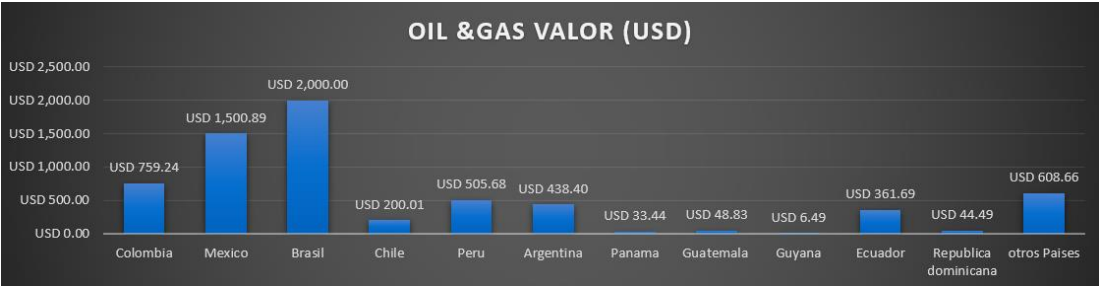
Plan de marketing para absorbentes industriales en Latinoamérica

3M es pionero en el desarrollo de absorbentes sintéticos para limpiar, prevenir y contener derrames de diversos tipos de líquidos (químicos, aceites, petróleo, etc.), estos absorbentes sintéticos están hechos de polipropileno y polietileno, estos materiales permiten que los productos tengan una mayor capacidad de absorción, que sean abrasivos es decir que no dañen las superficies en las cuales se utiliza, que no suelten pelusas que puedan llegar a contaminar el líquido que se está tratando de recuperar. Estos absorbentes de 3M están fabricados con tecnología de microfibras lo cual significa que los absorbentes tienen millones de pequeños espacios o bolsas que permiten que incremente el nivel de absorción y se pueda recuperar los líquidos mucho más rápido y en mayores cantidades. (3M, 2020)

En 3M se manejan 3 categorías de absorbentes entre los cuales encontramos Absorbentes para hidrocarburos, químicos y de manufactura, los absorbentes de hidrocarburos están indicados para derrames de petróleo o aceites, son repelentes al agua y pueden llegar a utilizarse en distintos tipos de superficies, como lo son el agua, la tierra, la arena el pasto, concreto entre otras, por su parte los absorbentes químicos son resistentes a las reacciones químicas y pueden absorber materiales peligrosos como ácidos en gran concentración, por otro lado los absorbentes de manufactura son aquellos que se pueden utilizar para los demás líquidos no peligrosos. (3M, 2023)

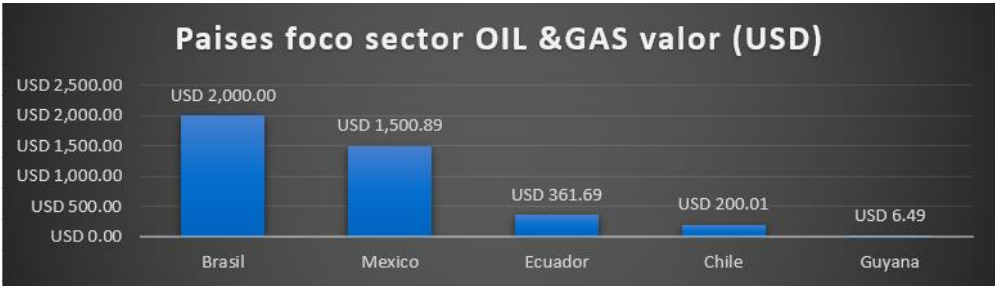
Así mismo se manejan diferentes tipos de formatos entre los cuales encontraremos paños, rollos, tapetes, cordones absorbentes, almohadas, kits de derrames, cubiertas de tambor. Dentro de cada uno de estos tipos podremos encontrar diversas medidas, tamaños, y tipos de absorbentes, así mismo estarán clasificados por tipo, en este caso 3M maneja 3 tipos, *High capacity sorbents* el cual se identifica con la letra H, este nos indica que el producto tiene una mayor velocidad de absorción y que el material del cual está hecho está conformado en un 25% por material reciclable, por otro lado tenemos *Traditional sorbents* se identifican con la letra T y nos indica que tienen la tecnología básica de absorbentes y que aplica para uso en sustancia no peligrosas o agresivas, finalmente tenemos *Medium capacity sorbents* se identifica con la letra M y nos indica que se utiliza para mantener limpias y seguras las áreas de trabajo y que cuentan con más del 50% de contenido de material reciclado. (3M, 2023)

Para iniciar, es necesario tener claro el tamaño del mercado de absorbentes industriales, este es un dato aproximado que nos brindó el estudio que se adquirió para realizar el plan de marketing, estudio de Maia research , este nos indicaba que el tamaño del mercado total de absorbentes para Latinoamérica es de 15 millones de dólares, los cuales se encuentran repartidos entre las más de 100 empresas dedicadas al segmento de absorbentes industriales, entre estas destacan empresas como New pig Corporation, Spilltech, Chemtex, Barron Vieyra y Brady SPC, las cuales son la competencia más directa de 3M ya que cuentan con muchas similitudes en cuanto al portafolio del producto, las características de los absorbentes, los materiales y los niveles de absorción, teniendo claro esto, es importante decir que el mercado objetivo que se planea alcanzar adicional al mercado con el que 3M ya cuenta es el mercado de Oíl & gas y minería teniendo en cuenta las cifras que nos entrega el estudio



Fuente: Maia Research Latin America Petroleum sorbents Market (Maia Research, 2022), Elaboración: Propia

El mercado de Oil & Gas en Latinoamérica como podemos ver en la gráfica representa alrededor de USD\$6.000 dólares por lo cual resulta atractivo para 3M alcanzar aquellas minas y empresas de Oil & Gas con las cuales no tenemos contacto aún, para dejar este mercado más reducido, se decidió que el segmento de mercado objetivo que se va a atacar con este plan de marketing son aquellos países en los cuales 3M no cuentas con distribuidores o ventas significativas



Fuente: Maia Research Latin America Petroleum sorbents Market (Maia Research, 2022), Elaboracion: Propia

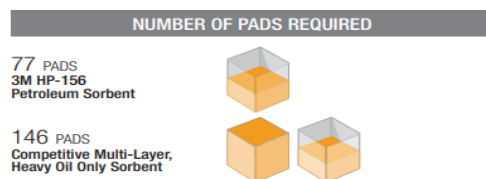
Los países elegidos para implementar este plan de marketing son Brasil, México, Ecuador, Chile y Guyana, Brasil lo elegimos debido a que es un mercado grande en el cual no tenemos ventas ya que no contamos con distribuidores oficiales autorizados por 3M, Por otra parte México es una excelente opción y esperamos lograr alcanzar un par de distribuidores que representan buenas ventas dentro del segmento de absorbentes industriales, por su parte Ecuador y Chile son mercados potenciales ya que la competencia allí es muy baja para la cantidad de minas y empresas de Oil&Gas que se encuentran allí, finalmente Guyana se elige debido al auge que ha tenido en los últimos 3 años con el descubrimiento de pozos de petróleo, esto ha incrementado el interés a nivel mundial por este mercado, Se elige además porque allí no contamos con ventas y en unos años puede llegar a ser una excelente inversión ya que muchas empresas llegaran para empezar a explotar los recursos que se encontraron en este país.

Teniendo todo esto claro vimos necesario hacer un análisis frente a la competencia en temas de precio, niveles de absorción de los productos, ventajas en cuanto a tamaño, empaques, y un factor importante como el factor ambiental

					
	3M	SPILLTECH	NEW PIG	BRADY SPC	BARRON VIEYRA
Model	HP - 156	WP100H	MAT403	SPC500	PADS OIL MATE
Size	17" x 19"	15" x 19"	15" x 19"	15" x 19"	19" x 27"
Packaging	100	100	100	100	100
Absorption level	38,7 GALLONS	33,4 GALLONS	20 GALLONS	22 GALLONS	-
Reusable	Yes	No	No	No	No

Fuente: (Maia Research, 2022) Elaboración: Propia

Como podemos observar en la tabla se compararon factores como tamaño en pulgadas, cantidad de producto por paquete o por caja, nivel de absorción y si el material es o no reutilizable, 3M tiene ventaja de tamaño ya que cubre un poco más de espacio respecto a la competencia , absorción ya que tiene casi 4 galones de absorción adicionales respecto a la competencia y en el aspecto ambiental ya que los absorbentes de 3M tienen la capacidad de ser utilizados hasta 7 veces en un mismo escenario ya que se pueden exprimir y seguir utilizando, esto resulta ser importante ya que permite recuperar producto derramado y reducir la cantidad de absorbentes que se deben utilizar en un evento.



Como podemos observar en esta imagen da un claro ejemplo de lo que se habla acerca de la reutilización del producto, mientras que en un evento con los absorbentes de la competencia se utilizarían alrededor de 146 paños

absorbentes, con 3M se utilizarían tan solo 77 Paños

Fuente: 3M (3M, s.f.)

Esto en cuanto a ventajas frente a la competencia, hablando un poco acerca del precio, lo que se hizo fue reunir todos los precios tanto de 3M como de su competencia para poder hacer un comparativo de que tan cerca o tan lejos nos encontrábamos en este aspecto, al ser material confidencial no es posible mostrar los números reales de precios y ventas de 3M dentro del trabajo, sin embargo se mostraran los precios estimados para dar un contexto, esta comparación de precios fue realizada por el área de pricing más específicamente por Valeria Moreira de 3M México, para poder tener una visión general de 3M versus la competencia, se corrieron los precios durante dos meses en una herramienta de analítica, para poder estimar, el precio promedio de 3M y la competencia, el precio más alto que llegaron a tener en estos dos meses y el precio más bajo.

Tipo de absorbente	Marca	Precio Promedio aprox,	Precio más alto aprox	Precio más bajo aprox
Cordón	3M	\$974,79 USD	\$2.672,38 USD	\$143,08 USD
Cordón	Brady SPC	\$928,72 USD	\$1.195,66 USD	\$532,01 USD
Cordón	New Pig Corp.	\$1.627,28 USD	\$1.627,28 USD	\$1.827,28 USD

Fuente: (3M, 2023) Elaboración: Valeria Moreira, Juliana Parada Herramienta utilizada: HARM

Tomando de referencia un solo producto, analizando los cordones absorbentes industriales de las categorías de químicos, manufactura y petróleos podemos ver que 3M tiene un precio más bajo respecto a una de las principales competencias que es New pig, aun así en los meses de septiembre y octubre la aplicación reflejo que de las 3 Marcas 3M fue la que tuvo el precio más alto, algunos días sobrepasando los 2.600 dólares, esto puede darse por factores internos de los distribuidores, ya que todos estos precios se analizaron sobre páginas de distribuidores oficiales de las marcas.

A pesar de haber registrado el precio más alto algunos días podemos ver que 3M tiene un precio competitivo dentro del mercado, ya que se encuentra dentro de los rangos que maneja la competencia, así mismo resulta competitivo el producto dado que los materiales y tecnologías son similares entre las marcas pero 3M ofrece valor agregado al ser un producto reutilizable dentro de un mismo escenario y además maneja una mayor cantidad de material reciclado lo cual nos pone sobre algunas marcas en temas de materiales eco amigables. Por otro lado, algunos días 3M también se registró con el precio más bajo y puede deberse a promociones ofrecidas por los distribuidores o bajas de precios internas de cada tienda.

ESTRATEGIAS

En cuanto a las estrategias que se esperan implementar tenemos lo siguiente:

1. Debemos obtener un primer contacto con las empresas que van a adquirir los productos en este caso estamos hablando de empresas mineras y empresas del sector de Oil & Gas y esto lo vamos a hacer por medio de otra de las áreas de 3M denominada SIBG (Safety & industrial business group) el cual se encarga de todos los accesorios de seguridad industrial como arneses, tapabocas, cascos y demás elementos de seguridad, el primer contacto lo queremos hacer por medio de SIBG ya que ellos tienen contacto directo con las empresas del sector minero y de Oil&Gas ya que 3M es el encargado de distribuir a la gran mayoría de estas empresas del sector.
2. La propuesta que se hará a la división de SIBG será que ellos coloquen un vendedor el cual será pagado mitad por TEBG y mitad por SIBG para que este vaya a las diferentes empresas y minas a ofrecer además de los productos de seguridad industrial de SIBG los absorbentes industriales de TEBG, mostrar su funcionamiento, ventajas respecto a otras marcas, precio y valor agregado.
3. En la base de datos que se adquirió para realizar este plan encontramos nuevos distribuidores de los países foco a los cuales no vendemos aún pero son unos de los más importantes en los países, el ideal con estos nuevos distribuidores es que sean alcanzados por los líderes de canal de la división TEBG de 3M para que empiecen a hacer la compra de los elementos de seguridad industrial para poder elevar las ventas en los países

mencionados anteriormente y así convertirlos en distribuidores oficiales de estos productos.

País	Distribuidor
Ecuador	Tonicomsa S. A
Chile	Diprosur
Tryall Energy Guyana Inc (TEGI)	Guyana
Ecuador	Seripacar SA
Mexico	Artículos innovadores Leo S. A

Fuente: (Maia Research, 2022) Elaboración : Propia

4. Adicional vamos a continuar con la estrategia de canal por medio del vendedor para ir a los distribuidores oficiales de 3M y empezar a ofrecer un mayor volumen de producto para que el distribuidor venda.
5. Como parte de la estrategia de ventas se propone definir un presupuesto cuando se considere oportuno para poder adquirir y entregar incentivos a los vendedores del canal, por cumplir ciertos porcentajes de ventas, así mismo asignar personal para cada país que este enfocado directamente en vender el producto a las cuentas finales como parte de esto se propone por país hacer lo siguiente



Elaboración: propia

Basándonos en un modelo de fuerza de ventas de otro segmento de productos encontramos necesario conseguir por país cierto número de activadores de marketing para que ayuden a

construir una imagen sobre el producto, este se encargara de generar en experiencias en los clientes finales, mostrándoles las ventajas y el funcionamiento frente a la competencia de cada uno de los absorbentes. Por otro lado, se ve la necesidad de asignar representantes de venta por país, estos serán diferentes a la persona que realizara el primer contacto con la marca, ellos se encargarán de ir a realizar la venta a distribuidores y clientes finales directamente identificando los clientes y distribuidores más importantes de su país.

6. En cuanto a publicidad digital o física se proponen una serie de flyers para enviar a los distribuidores y que estos los utilicen en sus páginas web, correos electrónicos y demás medios de comunicación, estos flyers son diseñados por el departamento de diseño junto con la información e imágenes que se les brinda, el borrador de como quedarían los flyers no puede enseñarse en este documento ya que es material confidencial y no puede mostrarse el resultado final

Para poder reducir el tiempo en el que se llega al cliente y así lograr que prueben el producto, se propone la compra de muestras o la realización de una caja con muestras pequeñas para ser enviadas a las principales cuentas de cada país, para que conozcan el funcionamiento del producto, esto se haría por medio de lo que se denomina un playbook el cual contiene muestras en miniatura de los materiales de los absorbentes más relevantes.

2. 2 TIMELINE

Se adjunta como Anexo al documento.

2.3 OBJETIVOS

Objetivo general

Impulsar y ampliar el portafolio de absorbentes industriales por medio del desarrollo de un plan de un plan de marketing para incrementar en el año 2023 las ventas de los absorbentes industriales y de manufactura en las regiones de Latinoamérica donde no es tan fuerte este producto.

Objetivos específicos

1. Identificar en cada absorbente sus usos más eficientes según su funcionamiento, así como su costo beneficio.
2. Conocer acerca de la competencia directa de 3M en el mercado de absorbentes industriales
3. Analizar los productos de 3M vs la competencia para poder identificar los puntos fuertes de cada uno

2.4 CONCLUSIONES

1. El objetivo General se logró parcialmente ya que la implementación de este plan de mercado se iniciará a mitad del año 2023, en el momento en el cual se levantó el presente informe se logró continuar las ventas por medio del canal de la mano del vendedor de 3M el cual se ha encargado de acercarse a los distribuidores para ofrecer mayor cantidad de producto para que estos puedan distribuirlo.
2. Fue posible la creación del prototipo de flyers digitales y la solicitud del playbook de muestras para que pasen a aprobación en la junta regional y de esta forma empezar a distribuir los mismos a las cuentas de absorbentes de 3M y en el caso del playbook a nuevos clientes potenciales, adicional este año 2023 por parte del departamento de diseño se logro sacar el prototipo digital de la caja de muestras para absorbentes.
3. La propuesta que se realizó a SIBG para tener un vendedor para ambas divisiones se encuentra en estudio por parte de los encargados de ambas divisiones, en caso tal que esta no sea aprobada se encuentra el plan b de fuerza de ventas, el cual se implementaría a nivel Latinoamérica de acuerdo con el mapa ilustrado en la sección de estrategias del presente estudio. Con la implementación de la fuerza de ventas se empezaría a llevar a cabo la visita a los nuevos distribuidores que se encuentran en los países foco para de esta forma ampliar el mercado.
4. En cuanto a los objetivos específicos con el estudio realizado se logró identificar a la competencia más directa de 3M para cada segmento, logrando comparar precios, características y especificaciones de cada producto para de esta forma encontrar los puntos fuertes y los puntos en los cuales 3M debe trabajar como marca.

5. Se logro definir gracias al estudio que se adquirió y a la investigación realizada cuales son los países en los que 3M como empresa debe enfocarse para elevar sus ventas en este portafolio.

GLOSARIO

1. **Absorbentes industriales:** Son la herramienta que utilizan diferentes empresas de todos los sectores para limpiar, contener y prevenir derrames de cualquier tipo de líquido ya sea hidrocarburos, aceites, químicos, y otros que se consideren peligrosos o no peligrosos. (Wikipedia, s.f.)
2. **Derrame:** Se les conoce a los derrames como las fugas, descargas que surgen de algún tipo de incidente con algún tipo de sustancia ya sea una sustancia común o peligrosa. (Murcia Cadena, 2020)
3. **Fuerza de ventas:** Personas encargadas de hacer crecer las ventas de un producto o servicio en el mercado por medio de estrategias que ayuden a elevar los ingresos de la compañía y posicionar el producto o servicio. (Da Silva, 2021)
4. **Oil&Gas:** Son aquellas empresas involucradas en el sector de producción, explotación y exploración de petróleo y gas. (Dynaflux, 2022)

Referencias

- 3M. (11 de 2020). *3M absorbentes quimicos ficha tecnica revision A*. Obtenido de 3M Absorbentes Quimicos: <https://multimedia.3m.com/mws/media/2121238O/3m-technical-data-sheet-chemical-sorbents-spanish.pdf>
- 3M. (2023). *3M Absorbentes industriales* . Obtenido de https://www.3m.com.co/3M/es_CO/p/c/productos-limpieza/control-derrames/absorbentes/
- 3M. (2023). *Catalogo 3M*. Obtenido de <https://www.ecodeli.com/catalogos/Catalogo-3M-2019.pdf>
- 3M. (s.f.). *3M*. Obtenido de ¿quienes somos?: https://www.3m.com.co/3M/es_CO/inicio/sobre-3m/
- 3M. (s.f.). *3M United States*. Obtenido de 3M: <https://www.3m.com/>
- 3M. (s.f.). *Carreras*. Recuperado el 30 de 08 de 2022, de 3M: https://www.3m.com.co/3M/es_CO/carreras/
- Da Silva, D. (18 de 03 de 2021). *Blog de Zendesk*. Obtenido de ¿Que es la fuerza de ventas? Aprende todo sobre el tema: <https://www.zendesk.com.mx/blog/fuerza-de-ventas-que-es/>

Dynaflux. (2022). *Dynaflux*. Obtenido de Sector Oil & Gas: <https://www.dynaflux.com.pe/sector-oil-gas-como-funciona/>

Maia Research. (2022). *Update Section Latin America Petroleum Sorbents Industry Market Research Report*. China: Maia Research.

Murcia Cadena, D. (06 de 2020). *Kit para atencion de derrames de sustancias peligrosas*. Recuperado el 06 de 10 de 2022, de CCS CONSEJO COLOMBIANO DE SEGURIDAD: <https://ccs.org.co/portfolio/kit-para-atencion-de-derrames-de-sustancias-peligrosas/#:~:text=Se%20llama%20derrame%20a%20una,y%20en%20el%20medio%20ambiente.>

Wikipedia. (s.f.). *ABSORBENTE INDUSTRIAL*. Recuperado el 06 de 10 de 2022, de QUIMICA.ES: https://www.quimica.es/enciclopedia/Absorbente_industrial.html

Anexos

Anexo 1: Timeline de Practicas