

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea del CRAI-Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la CRAI-Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación, CRAI-Biblioteca

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

Informe de práctica en Acopi Seccional Santander

Mayra Fernanda Patiño Suarez

Tutor

Andrés Leonardo Trillos Celis
Especialista en gerencia de mercadeo

Universidad Santo Tomás de Bucaramanga
División de Ciencias Económicas y Administrativas
Facultad de Negocios Internacionales

2017

Agradecimientos

El agradecimiento de este proyecto va principalmente dirigido a DIOS porque sin su bendición no hubiera sido posible vivir esta etapa tan importante en mi vida, a mis padres quien han sido mi más grande ejemplo para luchar día a día por mis sueños y no rendirme jamás, valorando cada oportunidad que me regala la vida y especialmente por acompañarme en este proceso estudiantil. Doy infinitas gracias a mi familia, padres, hermana y abuelos por brindarme su apoyo incondicional en este proceso, por ofrecerme tantas cosas invaluable e indispensables para mí. Finalmente, agradezco a la Universidad Santo Tomas en especial a la facultad de Negocios Internacionales por compartir sus conocimientos teniendo en cuenta que tan distinguida institución me ha dado la posibilidad de prepararme académica y profesionalmente.

Glosario

✓ **Zona Franca:** se define como un área geográfica delimitada dentro del territorio nacional, en donde se desarrollan actividades industriales de bienes y de servicios o actividades comerciales, bajo una normativa especial en materia tributaria, aduanera y de comercio exterior.

✓ **Inteligencia de Mercado:** se define como el conocimiento del mercado mediante el manejo permanente del flujo de información para determinar el comportamiento de las empresas y las tendencias del mercado donde hacen presencia.

✓ **Ambiente virtual:** designa un espacio intangible que permite la interacción a distancia de varios usuarios por medio de computadoras, estableciendo una comunicación entre ellos través de una red de internet.

✓ **Base de datos:** Una base de datos es una colección de información organizada de forma que un programa de ordenador pueda seleccionar rápidamente los fragmentos de datos que necesite es decir una base de datos es un sistema de archivos electrónicos.

✓ **Feria empresarial:** es un espacio en el que, a lo largo de varios días, grandes, medianas y pequeñas empresas se dan a conocer al gran público y entre los distintos sectores. Para ello, las empresas ocupan un lugar mediante stands o expositores en los que cada una de ellas ofrece a los visitantes sus productos y/o servicios.

✓ **Sistema moda:** es un gran universo donde múltiples factores confluyen, habitan y se interrelacionan. Es una forma de compartir conocimientos y de vivir dentro del concepto de la moda.

✓ **Marketing digital:** es el desarrollo de estrategias de publicidad y comercialización a través de los medios digitales, en las cuales todas las técnicas que se emplean en el mundo off-line son imitadas y traducidas al mundo online.

✓ **Redes sociales:** Las redes sociales son sitios de Internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información.

✓ **Estudio de mercados:** es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

Tabla de contenido

1.	Resumen	10
2.	Introducción	11
3.	Justificación.....	12
4.	Objetivos	13
4.1	Objetivo General	13
4.2	Objetivos Específicos.....	13
5.	Perfil de la empresa	14
5.1	Reseña Histórica.....	14
5.2	Misión institucional.....	14
5.3	Visión institucional.....	14
5.4	Estructura Organizacional	15
5.5	Portafolio de Servicios.....	16
	Acopi Seccional Santander maneja los siguientes servicios:	16
5.5.1		16
5.5.2	Relaciones corporativas con el fin de promover proyectos, eventos y ferias empresariales.....	16
5.5.3	Oferta de programas de formación empresarial como seminarios, talleres, cursos y conferencias.	16
6.	Cargo y funciones.....	17
6.1.	Cargo	17
	Coordinadora del Ambiente Virtual EIMI – RED SOCIAL DE NEGOCIOS ACOPI GLOBAL	17
6.2.	Funciones	17
6.3	Descripción de las funciones.....	17

6.3.1 Realizar inteligencia de mercados para seleccionar los países a invitar a la Feria, utilizando las bases de datos de la Universidad.	17
6.3.2 Identificar bases de datos de exportadores colombianos y extranjeros a invitar como expositores en la Feria.	18
6.3.3 Desarrollar actividades de Marketing Digital orientadas al formato digital de la feria.	19
6.3.4 Investigar países como México, Estados Unidos, Reino Unido, Costa Rica y Ecuador como potenciales comercializadores de confección y calzado infantil.	23
6.3.5 Apoyar el desarrollo logístico de la feria.	24
7. Conclusión.....	34
8. Recomendación	35
Referencias bibliográficas	36

Lista de Figuras

Figura 1. Organigrama Acopi Seccional Santander.....	15
Figura 2. Página Principal Euromonitor	18
Figura 3. Base de datos – Exportadores de textiles	19
Figura 4 Comprobante del manejo del Usuario AMBVIRTUALEIMI en Instagram	20
Figura 5. Comprobante del manejo del Usuario AMBVIRTUALEIMI en Instagram	20
Figura 6 Comprobante del manejo del Usuario ACOPI REGIONAL SANTANDER en Facebook	21
Figura 7 Comprobante del manejo del Usuario AMBVIRTUALEIMI en Twitter	21
Figura 8 Comprobante de la elaboración de las piezas publicitarias	22
Figura 9 Comprobante de la elaboración de las piezas publicitarias	22
Figura 10 Comprobante de la elaboración de las piezas publicitarias	23
Figura 11 Comprobante presentación de los estudios de mercado para los empresarios del Ambiente virtual	24
Figura 12. Comprobante del Relanzamiento de la RED ACOPI GLOBAL.....	25
Figura 13. Comprobante del Relanzamiento de la RED ACOPI GLOBAL.....	25
Figura 14 Comprobante de la presentación RED ACOPI GLOBAL a los empresarios de Floridablanca.....	26
Figura 15 Comprobante de la presentación RED ACOPI GLOBAL a los empresarios de Floridablanca.....	26

Figura 16. Comprobante de la presentación RED ACOPI GLOBAL a los empresarios en la Cámara de Comercio de Bucaramanga.....	27
Figura 17. Comprobante de la entrega de los stands virtuales a los empresarios.....	28
Figura 18Comprobante de la entrega de los stands virtuales a los empresarios.....	28
Figura 19. Comprobante de la entrega de los stands virtuales a los empresarios.....	29
Figura 20 Comprobante de la presentación de los estudios de mercado para los empresarios	29
Figura 21 Comprobante de la capacitación rueda de negocios - Propais	30
Figura 22Comprobante de la participación en la rueda de negocios - Propais.....	31
Figura 23 Comprobante de la participación en la rueda de negocios - Propais.....	31
Figura 24 Comprobante de la participación en la rueda de negocios - Propais.....	32
Figura 25 Comprobante de la participación en la rueda de negocios – Propais	32
Figura 26 Comprobante de los correos electrónicos enviados para inscripciones de expositores	33

1. Resumen

En este documento enseño toda la información sobre el proceso de mi práctica empresarial con Acopi Seccional Santander, en donde se llevan a cabo labores para las micros, pequeñas y medianas empresas colombianas impulsando el desarrollo económico y social del país.

Como seguimiento a estas actividades se cuentan las funciones realizadas en Acopi Seccional Santander, dando a entender la situación del entorno empresarial de la región y ayudándoles a los empresarios a aumentar su productividad y competitividad, con el fin que puedan alcanzar un desarrollo sostenible y sustentable.

Las labores adelantadas se enfocaron en la gestión y coordinación de esfuerzos para diseñar y llevar a cabo la feria Acopi global, red social de negocios del sistema moda y turismo y principalmente apoyar con labores que permiten poner en práctica mis conocimientos como profesional en negocios internacionales tales como inteligencia de mercados para seleccionar los países a invitar a la Feria en las bases de datos legiscomex y euromonitor, identificar bases de datos de exportadores colombianos y extranjeros, poyo logístico de la feria y marketing digital.

2. Introducción

Acopi nació con el propósito de unir esfuerzos de intereses comunes para enfrentar los retos del proceso de industrialización que se realizaban en sus inicios y representando a los pequeños industriales, hoy en día Acopi Seccional Santander apoya y guía a las empresas a fortalecer su productividad, modernización y competitividad, mediante el desarrollo de la ciencia, la tecnología y la innovación. Evolucionando el concepto de las ferias, pasando de una plataforma física a un ambiente 100% virtual, que le apuesta a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, reuniendo expertos del sistema moda y turismo provenientes de 62 países. A través de esta información daré a conocer cada procedimiento que lleve a cabo como practicante en Acopi seccional Santander, aplicando todo el conocimiento adquirido durante mi formación profesional y cumpliendo con los requerimientos de opción de grado por parte de la universidad para lograr el título de Profesional en Negocios Internacionales.

3. Justificación

El presente trabajo se realiza con el propósito de exponer de manera detallada las labores desarrolladas durante el periodo de prácticas empresariales, requisito para optar por el título de Profesional en Negocios Internacionales.

La práctica profesional es el medio elemental que guía al estudiante a afianzar y desarrollar aptitudes como experiencias y conocimientos aprendidos durante todo su periodo académico, facilitándole asumir funciones propias en contextos donde le corresponda actuar en diferentes ámbitos de forma significativa y objetiva.

La ejecución de la práctica como requerimiento de grado se convierte en un logro clave como persona ya que se complementa con toda teoría vista y la formación integral a la hora de ingresar al mundo laboral, colocando a prueba el desarrollo habilidades, de toma de decisiones y manejo de situaciones en el mundo exterior.

Apoyar en la gestión de espacios comerciales con orientación internacional y mediante el uso de plataformas tecnológicas permite al profesional una visión más enfocada y práctica del contexto competitivo actual.

4. Objetivos

4.1 Objetivo General

Aplicar los conocimientos adquiridos durante la formación integral y académica en la carrera de Negocios Internacionales en ACOPI REGIONAL SANTANDER apoyando en la organización y coordinación de la Feria Internacional Eimi con el fin de mejorar habilidades y destrezas para el desempeño profesional en entorno empresarial real.

4.2 Objetivos Específicos

- ✓ Identificar los países y perfil de compradores a invitar al evento internacional, soportado bases de consulta confiables.
- ✓ Apoyar la logística y organización de actividades para socializar el evento y la invitación de expositores.
- ✓ Proponer estrategias y actividades que propendan por el éxito del evento internacional.

5. Perfil de la empresa

5.1 Reseña Histórica

ACOPI es una entidad sin ánimo de lucro, una Federación Nacional de la MIPYME, Fundada el 27 de agosto de 1951, como resultado de la Fusión de entidades a fines del orden regional que existían en ese momento en cuatro de las más importantes ciudades del país.

Como ente autónomo se creó Acopi Seccional Santander, haciendo parte de la Federación Nacional Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

La experiencia acumulada por Acopi Seccional Santander en el fortalecimiento y promoción de las MiPymes a través de desarrollo de diferentes estrategias innovadoras, que impactan el crecimiento empresarial en la región, favoreciendo la empleabilidad, la internacionalización de productos y servicios, el desarrollo del capital humano, la innovación social, son la mejor carta de presentación de nuestra organización.

5.2 Misión institucional

ACOPI, es un Gremio que representa, apoya, defiende y busca mejorar los niveles de productividad de las MIPYMES de Santander; a través de la asociatividad y los diferentes servicios empresariales.

5.3 Visión institucional

Para el 2020, Acopi Seccional Santander estará consolidado como el gremio más reconocido en representatividad y servicio de valor agregado a las micros, pequeñas y medianas empresas de la

región Santandereana, impulsando el tejido empresarial de nuestros afiliados, aumentando su productividad y competitividad, con el fin que puedan alcanzar un desarrollo sostenible y sustentable.

5.4 Estructura Organizacional

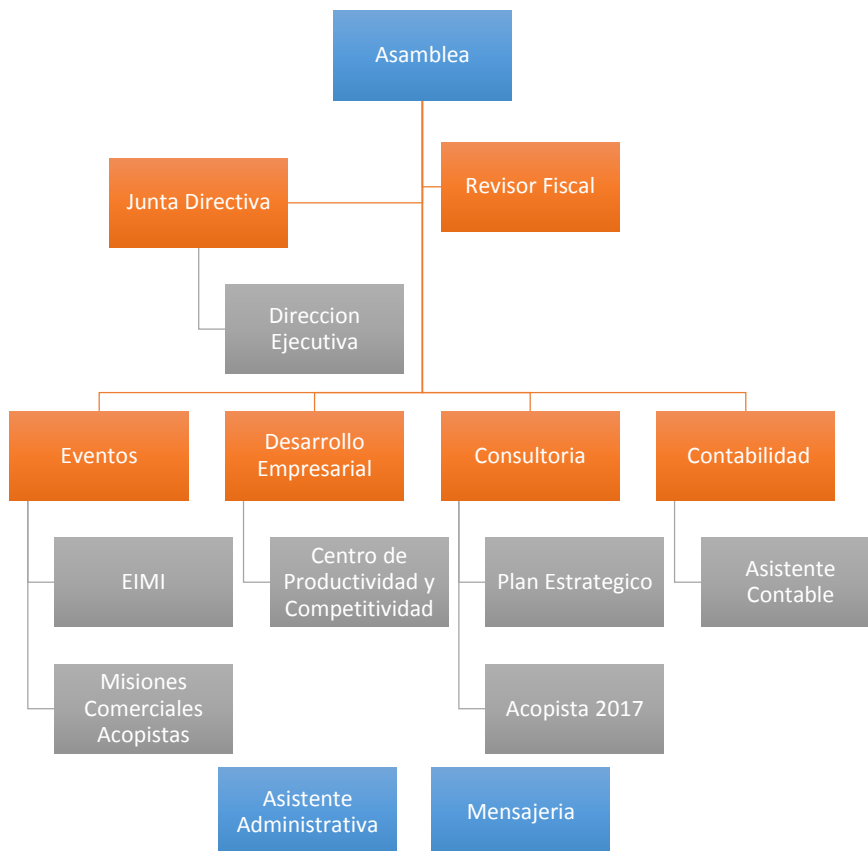


Figura 1. Organigrama Acopi Seccional Santander

5.5 Portafolio de Servicios

Acopi Seccional Santander maneja los siguientes servicios:

5.5.1 Capacitaciones, convenios y misiones. A través de una red de aliados conformada por entidades del sector público y privado, identificamos, formulamos y presentamos proyectos y propuestas para la implementación de acciones tendientes al mejoramiento, sostenibilidad y crecimiento de las Mipymes, con el fin de lograr buenas prácticas de gestión empresarial y social.

5.5.2 Relaciones corporativas con el fin de promover proyectos, eventos y ferias empresariales. Promovemos las empresas y facilitamos negocios mediante la realización de eventos y ferias comerciales con el fin de acceder a nuevos mercados y mejorar las oportunidades de negocios.

5.5.3 Oferta de programas de formación empresarial como seminarios, talleres, cursos y conferencias. Se cuenta con una buena oferta de programas de formación para los empresarios de la región, dirigidos por un grupo de consultores y aliados estratégicos con la finalidad de incrementar los niveles de conocimiento para alcanzar objetivos empresariales.

6. Cargo y funciones

6.1. Cargo

Coordinadora del Ambiente Virtual EIMI – RED SOCIAL DE NEGOCIOS ACOPI GLOBAL

6.2. Funciones

- Realizar inteligencia de mercados para seleccionar los países a invitar a la Feria, utilizando las bases de datos de la Universidad.
- Identificar bases de datos de exportadores colombianos y extranjeros a invitar como expositores en la Feria.
- Desarrollar actividades de Marketing Digital orientadas al formato digital de la feria.
- Investigar países como México, Estados Unidos, Reino Unido, Costa Rica y Ecuador como potenciales comercializadores de confección y calzado infantil.
- Apoyar el desarrollo logístico de la feria.
- Realizar seguimiento a inscripciones de expositores y clientes internacionales

6.3 Descripción de las funciones

A continuación, presentare evidencias de las funciones realizadas durante el periodo de prácticas en Acopi Seccional Santander:

6.3.1 Realizar inteligencia de mercados para seleccionar los países a invitar a la Feria, utilizando las bases de datos de la Universidad. Se realizó la inteligencia de mercado con las bases de datos de legiscomex y euromonitor, identificando el tamaño de mercado, tendencias,

principales marcas y compañías de cada uno de los países. Por consiguiente seleccionamos cuales era los más destacados para invitarlos a participar de la feria EIMI como posibles expositores y concluimos que Argentina, Brasil, Colombia, España, Estados Unidos, México, Perú y Portugal eran los principales comercializadores de la moda infantil.

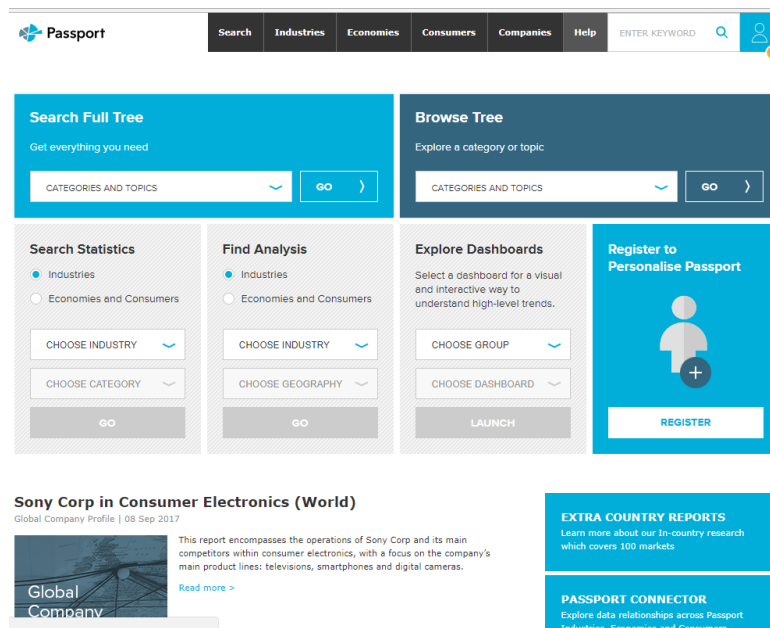


Figura 2. Página Principal Euromonitor

6.3.2 Identificar bases de datos de exportadores colombianos y extranjeros a invitar como expositores en la Feria. Se realizó una investigación identificando los exportadores colombianos y extranjeros en las bases de datos, de legiscomex, euromonitor y adicionalmente se investigaron las ferias de moda realizadas en los diferentes países, donde encontramos un mercado grande relacionado con la moda infantil y la puericultura. Como las bases de datos nos facilitaban ciertos datos, nosotras debíamos completar la información con sus redes sociales (Facebook, Instagram, twitter) y conectarnos con cada una de las empresas para invitarlos como expositores a la feria.

País	Razón social del importador	Dirección del importador	Página Web	Teléfono	correo	facebook	Instagram	Twitter	Estado	Observación
PERU	3B E.I.R.L.	8da Etapa Alameda Miraflores, M. Lote 23 Ur	http://indutrias3b.com/	(01) 221-0384	indutrias3b@indutrias3b.com				Conectado	NC
PERU	3B TEXTIL S.R.L.	Jr. Acassh Nro. 724 Int. 151 (Galería Bulnes) Av. Td. 151-155, Lima		(01) 2760451						Otro sector
PERU	3M PERU S.A.									Otro sector
PERU	A.H.G. MEDICAL S.A.C.									NC
PERU	ACABADOS ESPECIALES PARA INTERIORES SOCI									Otro sector
PERU	ACCES BUS S.A.C.	Av. Antezito 447 Urb. Mayasagay Cuati	http://sccobus.com.pe/	(01) 719-3111	ventas@sccobus.com.pe	@sccobus			Conectado	NC
PERU	ACCESORIOS TEXTILES E INDUSTRIALES E.I.R.									NC
PERU	AD GLOBAL PERU S.R.L.									Otro sector
PERU	ADVANCED VIDEO SYSTEMS S.A.C.									Otro sector
PERU	AGRO LAS DUNAS E.I.R.L.									Otro sector
PERU	ALTIMODA S.R.L.									NC
PERU	ALVI-TEX S.A.C.									NC
PERU	AMBITO SRL	Showroom Chicla: Pasmérica Sur km 59	http://www.ambitopure.com/	385 500 008		Ambito	ambitopure		Conectado	NC
PERU	ANCO NINA ISMAEL									NC
PERU	ANGLO AMERICAN TRADING CO. S.A.	Masael agosto n° 744, Lima	http://www.anglost.com/	3367510		@angloamericatrading			Conectado	Otro sector
PERU	ANILIS PERU SA									NC
PERU	APPADEL PRO S.A.C.	Calle Los Negocios 383, Sanquillo, Lima 3	http://sguachur-apppa.com/	(51-1) 717-1200	sguachur@apppa.com	@Appluzi	apppa_peru		Conectado	NC
PERU	APPLE GLASS PERUANA S.A.C.	Luz Magdalena Ma G-2, L 34 Urbanización	http://www.applibaz.com.pe/	(51-1) 371-0324	ventas@applibaz.com.pe	@Appliglass			Conectado	NC
PERU	ARARI E.I.R.L.	Jr Antonio Bazo Nro 1220 Ur San Germán - La Victoria - Lima		(01) 4740665						NC
PERU	ARCHITECTURE II DESIGN CONCEPT S.A.C.									NC
PERU	ARDIMO SRL	Ci General Mudibare Nro 1041, Miraflores - Lima		(01) 4402183						NC
PERU	ARENATEX E.I.R.L.	Jr San Cristobal Nro 1405 Int 801 Ur El Porvenir - La Victoria - Lima		(01) 4740674						NC
PERU	ARIDRA S.A.C.									NC
PERU	AS.COMO SOC MIDONERA DE SAN PABLO-ADP									Otro sector
PERU	ASIA GLOBAL TRADING S.A.C.									NC
PERU	ASIA PACIFIC UNITED S.A.C.	CAL TRES MEA, B LOTE, 02 LOTIZACION LOS TULIPANES, LIMA		(01) 3560158						NC
PERU	ASIAMERICA S PERU SOCIEDAD ANONIMA CE	JR. ANTONIO BAZO NRO. 155 INT. A032 URB. SAN PABLO, LIMA		(01) 3245244						NC
PERU	ASIAMERICA EXPORTS IMPORTS CO S.A.C.	JR. SEBASTIAN BARRANCA NRO. 1555 INT. A032 URB. SAN PABLO, LIMA		(01) 3247513						NC
PERU	ATLANTIC OCEAN S.A.C.	MZA. A LOTE. TURB. PACHACAMAC, LIMA		(01) 634135						NC
PERU	AVANTI INT'NALE S.A.C.									NC
PERU	BABY NAKITS S.A.C.	Prolog. Gumera 638 Td. 5-11, Ls	http://www.babybakits.com.pe/	(01) 324-5136	ventas@babybakits.com	Baby Nakits			Conectado	NC
PERU	BALANZAS GENERALES Y SERVICIOS S.A.C.									NC
PERU	BAMUS S.A.C.	JR. HUIRACOCHA 1651 JESUS MARIA, L	http://www.modysys.com.pe/	(51) 4603460	info@modysys.com.pe	@modysysperu	modysysperu	@ModysysPeru	Conectado	NC
PERU	BANG S.A.	Av. Los Fratales 391 - Ate - Lima		(01) 250-1082	ventas@bangperu.com				Conectado	NC
PERU	BIB ESTRELLA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA									NC
PERU	BELLA MODA LINGERIE SAC	Jr america 358 piso 2 - La victoria, paralel	http://www.bellamodalingerie.com/	(01) 433-1120	info@bellamodalingerie.com	@bellamodalingerie			Conectado	NC
PERU	BELY FASHION ACCESORIES S.A.C.	Av. Prolongación Javier Prado 8365 ATE	http://www.belyfashion.com/home.html	(01) 462 - 3144	clientes@belyfashion.com	@belyfashionperu			Conectado	NC
PERU	BENITES VASQUEZ MARGARITA AMPARO									NC
PERU	BODY FASHION S.A.C.	AV. CHORRILLOS NRO. 380 URB. COSTA SUR, Lima		(01) 4670448						NC
PERU	BORDEN S.A.C.									NC
PERU	BROCCATTI S.A.C.	Av Iquitos Nro 761, La Victoria - Lima		(01) 4241283						NC
PERU	BULDEX S.A.C.									Otro sector
PERU	BURNED RUIZ MISMAM									NC
PERU	BUS LEE S.A.C.									NC
PERU	CALDERON GUISPE JAVIER									NC
PERU	CALLA LAMPA CARMEN JUDITH									NC
PERU	CALZADO CHUSCA SOCIEDAD ANONIMA CER	Carretera Central Km. 40.5 / Lurigancho-C	http://www.calzadochusca.com/	(511)361-2235						NC
PERU	CARITA ANCCO ADELA									NC
PERU	CASA DE CONVENCIONES JUAN PABLO II									Otro sector
PERU	CASIMIRAS NABILA S.A.C.	JR Lucana 315, La victoria, Lima	http://nabila.pe/	(51) 711 2222 ext 217	importaciones@nabila.pe				Conectado	NC
PERU	CASTRO IMPORT S.A.C.									NC
PERU	CATACOS S.A.C.	Calle Los 158 - 450, La Cañal, Omas	http://www.catacos.com.pe/	0440-054-7046	ventas@catacos.com.pe				Conectado	NC

Figura 3. Base de datos – Exportadores de textiles

6.3.3 Desarrollar actividades de Marketing Digital orientadas al formato digital de la feria.

Realice el diseño de estrategia de comunicación para redes sociales, ya que en todo este proceso fui la encargada de manejarlas (Facebook, Instagram, twitter). Cada día se realizaban publicaciones por lo general eran 3 o 4 post en donde se manejaban diferentes temas como por ejemplo, mostrar la trayectoria de Eimi a través de los años por medio de imágenes, invitar a los empresarios al relanzamiento de ACOPI GLOBAL, mostrar los eventos que se realizaban con los empresarios, mostrar la reuniones que se realizaban con nuestro aliados estratégicos, etc.

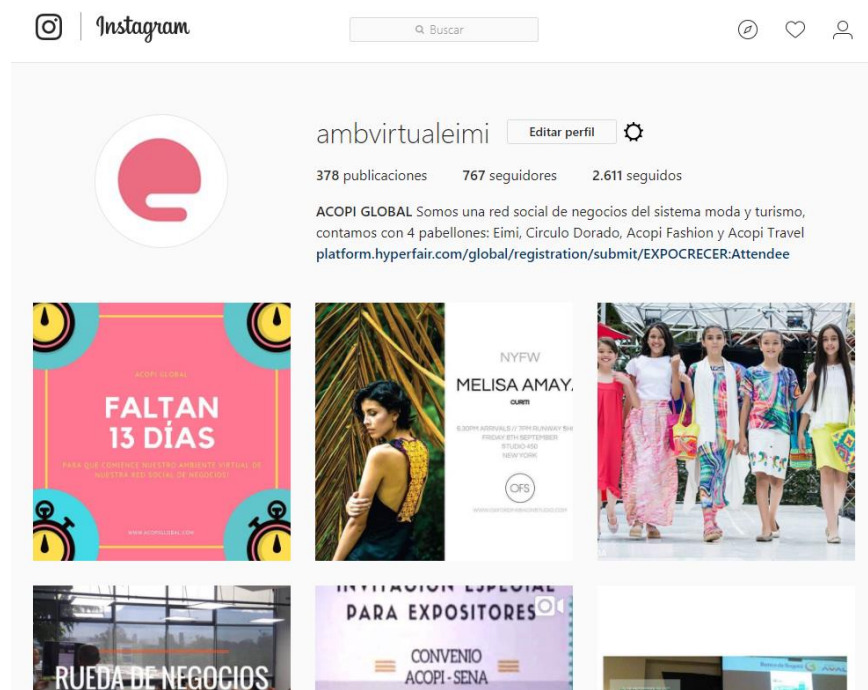


Figura 4 Comprobante del manejo del Usuario AMBVIRTUALEIMI en Instagram



Figura 5. Comprobante del manejo del Usuario AMBVIRTUALEIMI en Instagram



Figura 6 Comprobante del manejo del Usuario ACOPI REGIONAL SANTANDER en Facebook



Figura 7 Comprobante del manejo del Usuario AMBVIRTUALEIMI en Twitter

También fui la encargada de la elaboración de cada una de las piezas que se publicaba en Acopi global, en las redes sociales, mailings, presentaciones, invitaciones etc. Estas las realizaba acorde al tema que se agendaba semanalmente en el comité y en horarios estratégicos cada día.



Figura 8 Comprobante de la elaboración de las piezas publicitarias

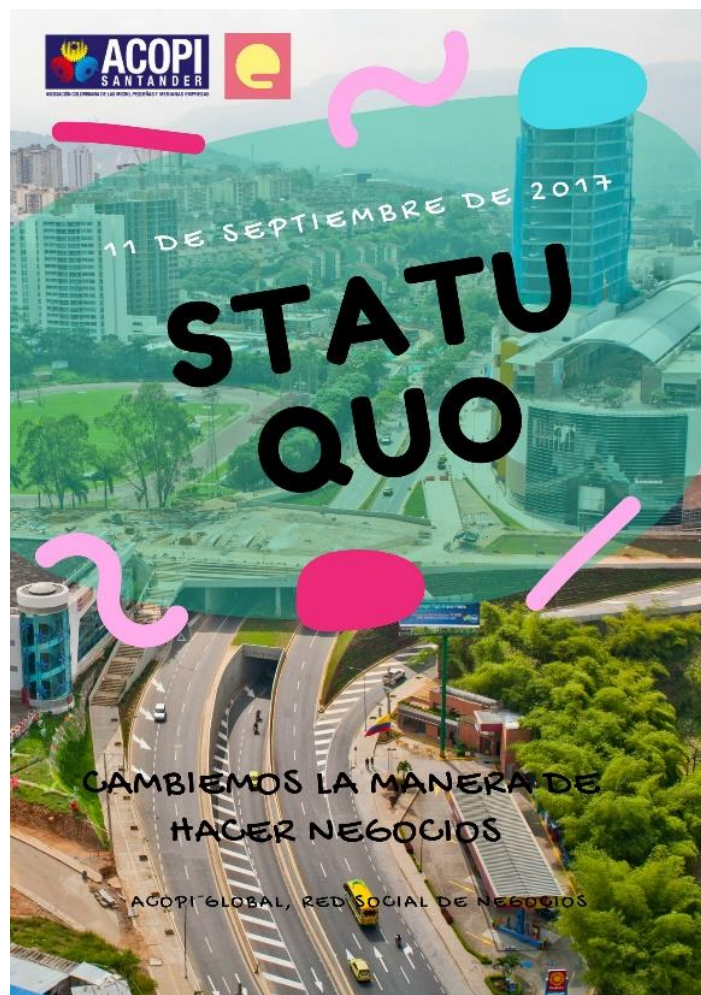


Figura 9 Comprobante de la elaboración de las piezas publicitarias



Figura 10 Comprobante de la elaboración de las piezas publicitarias

6.3.4 Investigar países como México, Estados Unidos, Reino Unido, Costa Rica y Ecuador como potenciales comercializadores de confección y calzado infantil. Se realizó un análisis en las redes sociales y por petición de los empresarios en donde se encontraron nuevos países como potenciales comercializadores de confecciones y calzado infantil, por consiguiente se llevaron a cabo nuevas investigaciones de mercados en las bases de datos de euromonitor identificando el tamaño de mercado, tendencias, principales marcas y compañías de cada uno de los países. Estos estudios fueron expuestos a los empresarios participantes del ambiente virtual para que así pudieran enterarse todo sobre tendencias e irse preparando para la feria que se llevara a cabo del 11 al 22 de septiembre del presente año.



Figura 11 Comprobante presentación de los estudios de mercado para los empresarios del Ambiente virtual

6.3.5 Apoyar el desarrollo logístico de la feria. Durante mi proceso de practica en Acopi Seccional Santander fui participe de algunos eventos realizados por la entidad, relacionada a la feria Eimi, que en su momento dio un vuelco ya que se determinó que el evento se llamaría AMBIENTE VIRTUAL DE ACOPI GLOBAL LA RED SOCIAL DE NEGOCIOS, uniendo a mas sectores de la región (EIMI (Moda infantil), Circulo dorado (joyería), Confecciones, calzado y marroquinería).

- Inicialmente fue el relanzamiento de la RED ACOPI GLOBAL con la presencia de empresarios de todos los sectores del sistema moda, representantes de entidades como Gobernación, Alcaldías, Procolombia, prensa entre otros.



Figura 12. Comprobante del Relanzamiento de la RED ACOPI GLOBAL



Figura 13. Comprobante del Relanzamiento de la RED ACOPI GLOBAL

- También tuvimos la oportunidad de presentar el ambiente Virtual de ACOPI GLOBAL con los empresarios de diferentes sectores del municipio de Floridablanca en donde se les dio a conocer de que trataba, requisitos y oportunidades que esta feria les ofrece.



Figura 14 Comprobante de la presentación RED ACOPI GLOBAL a los empresarios de Floridablanca



Figura 15 Comprobante de la presentación RED ACOPI GLOBAL a los empresarios de Floridablanca

- El ambiente virtual también tuvo presentación en la cámara de comercio de Bucaramanga, con empresarios de los diferentes sectores, (Moda infantil, confecciones, calzado, marroquinería, joyería y turismo, exponiéndoles las oportunidades y beneficios de participar en esta feria virtual.



Figura 16. Comprobante de la presentación RED ACOPI GLOBAL a los empresarios en la

Cámara de Comercio de Bucaramanga

- Con los empresarios registrados ya en el ambiente virtual, se les hizo entrega de los stands virtuales a cada uno de ellos 45 días antes al evento, explicándoles paso a paso cómo funciona la plataforma y cada configuración que se necesita ya que es una estrategia con herramientas nuevas. Durante la jornada, el Dr. Carlos Hong socializo vía Skype el DEMO de registro de AMBIENTE VIRTUAL y el Dr. José Roberto Álvarez hizo entrega oficial (Registro Web) del STAND VIRTUAL a los expositores de Santander.



Figura 17. Comprobante de la entrega de los stands virtuales a los empresarios



Figura 18 Comprobante de la entrega de los stands virtuales a los empresarios



Figura 19. Comprobante de la entrega de los stands virtuales a los empresarios

- Los estudios de mercados realizados por petición de los empresarios se expusieron en el mes de agosto, enseñándoles el tamaño de mercado, tendencias, principales marcas y compañías de cada uno de los países seleccionados por cada sector participante del ambiente virtual.



Figura 20 Comprobante de la presentación de los estudios de mercado para los empresarios

- Acopi Santander en alianza con Propais, llevaron a cabo una capacitación en horas de la mañana del día 25 de agosto para los empresarios participantes en la RUEDA DE NEGEGOCIOS COMPRE COLOMBIANO en el centro de consultoría empresarial de la Universidad Santo Tomas.



Figura 21 Comprobante de la capacitación rueda de negocios - Propais

- Para finalizar, fuimos parte de la logística en la RUEDA DE NEGOCIOS COMPRE COLOMBIANO organizada por Propais, en donde participamos brindadores apoyo a los empresarios como solucionándoles dudas, guiándolos a los puntos de información, hablando con ellos y pidiéndoles que nos contaran su experiencia del evento que se llevaba a cabo.



Figura 22 Comprobante de la participación en la rueda de negocios - Propais



Figura 23 Comprobante de la participación en la rueda de negocios - Propais



Figura 24 Comprobante de la participación en la rueda de negocios - Propais



Figura 25 Comprobante de la participación en la rueda de negocios – Propais

6.3.6 Realizar seguimiento a inscripciones de expositores y clientes internacionales. Para el seguimiento de las inscripciones de todos los empresarios se realizaron diferentes procesos, como:

- Explicar a los empresarios como debían ingresar a la plataforma con su correo electrónico y diligenciar correctamente los datos solicitados.
- Enviar correos diariamente socializándoles información relevante de la plataforma
- Responder correos de las inquietudes que tienen los empresarios sobre el ambiente virtual.
- Realizar un cuadro de preguntas frecuentes y socializarlo en cada correo que se envía.
- Invitar a los empresarios a la oficina del centro de consultoría de la universidad Santo Tomas, para que despejen dudas sobre la plataforma, brindando una asesoría más personalizada.



Figura 26 Comprobante de los correos electrónicos enviados para inscripciones de expositores

7. Conclusión

La tecnología más que una herramienta es el medio que facilita el desarrollo de mejores prácticas comerciales, como lo ha hecho Acopi y su evento de la feria virtual, en donde invita y motiva a los empresarios nacionales e internacionales a salir de su zona de confort; impulsando el cambio para ser más competitivos, que posean una visión más grande hacia los mercados globales y alcanzar altos estándares de productividad y calidad para que vayan a la par con las nuevas tecnologías.

Convivir en un excelente ambiente de trabajo y relacionarme directamente en el entorno empresarial ha sido un paso esencial para afianzarme y desarrollar mis actividades aprendidas y adquiridas en mi programa de formación.

Es importante resaltar que gracias a la grandiosa oportunidad que me brindó el gremio más reconocido en representatividad para micros, pequeñas y medianas empresas Acopi seccional Santander pude llevar a cabo mis practicas universitarias para lograr estar más cerca de mi triunfo profesional.

8. Recomendación

En general nuestro equipo de trabajo realizó increíbles avances en las tareas asignadas como investigación, organización y comunicación con las bases de datos verificadas, excelentes progresos en las actividades de marketing digital, y gran desarrollo en la parte logística y organizacional del grupo. Sin embargo, durante mi periodo de práctica percibí algunas falencias en cuanto a la organización y cronograma de actividades programado por Acopi para el evento del Ambiente virtual. Mi recomendación sería que Acopi estableciera estratégicamente un cronograma planificado con anterioridad para llevar a cabo sus actividades y eventos.

Referencias bibliográficas

Mincit (2017). Desarrollo económico, agosto 2 del 2017. Disponible en:

http://www.mincit.gov.co/kids/publicaciones/29819/zonas_francas

Roe Smithson & Asociados Ltda (2012). Inteligencia de mercado, septiembre 4 del 2017.

Disponible en:

<http://www.estudiomercado.cl/2012/02/01/que-es-inteligencia-de-mercado-2/>

Portal gobierno local (2014). Ambiente virtual, septiembre 4 de 2017. Disponible en:

http://www.gobiernolocal.gob.ar/wiki/doku.php?id=ambiente_virtual

Masadelante.com (2017). Base de datos, septiembre 4 de 2017. Disponible en:

<http://www.masadelante.com/faqs/base-de-datos>

Economía simple (2016). Feria empresarial, septiembre 4 de 2017. Disponible en:

<https://www.economiasimple.net/recomendados/las-ferias-empresariales-finalidad>

Aló (2012). Sistema moda, septiembre 4 de 2017. Disponible en:

<http://alo.co/moda-y-tendencias/que-es-un-sistema-moda>

Marketing digital (2015). Marketing digital, septiembre 4 de 2017. Disponible en:

<http://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital.php>

Concepto.de (2015). Redes sociales, septiembre 4 de 2017. Disponible en:

<http://concepto.de/redes-sociales/>

Emprendedores (2014). Estudio de mercados, septiembre 4 de 2017. Disponible en:

<http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>