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, página web y Repositorio Institucional del CRAI-USTA, así como en las redes sociales y demás sitios web 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**, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor, nunca para usos comerciales.

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-USTA
Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

Informe de Práctica Empresarial Centro de Consultoría Empresarial de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga

Alvaro Andrés Rocha Quiroz

Informe de práctica para optar por el título de Profesional en Negocios Internacionales

Tutor

Daniel Peñaloza

Magister en Logística de la Universidad de la Rioja

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad de Negocios Internacionales

2021

Dedicatoria

A Dios:

Por permitirme la vida y dotarme de capacidades

A mis padres y hermano:

Por su sacrificio, esfuerzo, dedicación y amor que me han ayudado a formarme como persona y apoyarme en cada una de mis decisiones de formación profesional.

A mi tía y abuela:

Que con su amor y apoyo motivaban mi dedicación en mi formación personal y profesional.

A mis maestros y amigos:

Por cada una de las enseñanzas y experiencias adquiridas a lo largo de la carrera, sin su esfuerzo e influencia no seria la persona que soy hoy.

Contenido

Pág.

Introducción 13

1. Informe de Practica Empresarial Centro de Consultoría Empresarial 14

1.1 Justificación 14

1.2 Objetivos 14

1.2.1 Objetivo General 14

1.2.2 Objetivos Específicos 15

2. Perfil Empresarial 15

2.1 Universidad Santo Tomás 15

2.2 Misión 16

2.3 Visión 16

2.4 Organigrama 16

2.4.1 Organigrama General 16

2.4.2 Organigrama Seccional Bucaramanga 17

3. Perfil Centro de Consultoría Empresarial 18

3.1 Perfil Empresarial 18

3.2 Misión 18

3.3 Visión 18

3.4 Portafolio de Productos y Servicios 19

3.4.1 Asesorías y Consultorías 19

3.4.2 Entrenamiento Empresarial 19

3.4.3 Proyectos de Cofinanciación 20

3.4.4 Emprendimiento, Creatividad, e Innovación Empresarial 20

3.5 Aliados 21

4. Cargo y Funciones 21

4.1 Cargo 21

4.2 Funciones 21

5. Descripción de Cada Función Realizada en el Centro de Consultoría Empresarial 22

5.1 Apoyo Logístico y de Acompañamiento a las Empresas Inscritas en el Sexto Encuentro de Relacionamiento Comercial "Santander Compra Santander"..... 22

5.2 Coordinador del Área de Redes Sociales y Comunicaciones del Centro de Consultoría Empresarial 26

5.3 Apoyo y Acompañamiento en Consultorías e Investigaciones Pertinentes a 3 de las Empresas Inscritas al Programa 770 Export (Essi, Lavco y Foscal Internacional)..... 28

5.3.1 Essi 28

5.3.2 Lavco 30

5.3.3 Foscal Internacional..... 32

5.4 Apoyo y Acompañamiento en Consultorías Particulares e Investigaciones Pertinentes de las Empresas Vacchi y Ami Soluciones 34

5.4.1 Vacchi..... 34

5.4.2 Ami Soluciones 37

5.5 Coordinación y Dirección del Equipo de Pasantes Correspondientes al Periodo 2020-2... 40

5.6 Apoyo y Acompañamiento en Consultorías e Investigaciones Pertinentes a 2 de las Empresas Inscritas al Programa de Formación Integral del Café 2020 (Comercializadora Café AAA e Inversiones Agropecuarias HBO) 41

5.6.1 Comercializadora Café AAA 42

5.6.2 Inversiones Agropecuarias HBO 42

5.7 Apoyo a la Cámara de Comercio de Bucaramanga en la Base de Datos de Preselección de Empresas Opcionadas al Programa Exporta Digital 2021 43

5.8 Apoyo e Investigación a la Entidad Invest in Santander Referente a las Oportunidades de Inversión Extranjera Directa en el País Mediante la Plataforma Orbis Crossborder Investment 44

5.9 Labores Administrativas Varias 45

6. Marco Conceptual y Normativo Utilizado para el Desarrollo de las Funciones Desempeñadas 47

7. Aportes 48

7.1 Aportes del Estudiante a la Empresa 48

7.2 Aportes de la Empresa al Estudiante 48

8. Conclusión 49

9. Recomendaciones 49

Referencias 51

Lista de Figuras

Pág.

Figura 1. *Organigrama de la Universidad Santo Tomás* 17

Figura 2. *Organigrama de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga* 17

Figura 3. *Líneas de trabajo del Centro de Consultoría Empresarial* 19

Figura 4. *Alianzas estratégicas del Centro de Consultoría Empresarial* 21

Figura 5. *Listado de empresas participantes en la capacitación Pitch Comercial* 23

Figura 6. *Presentación de la capacitación Pitch Comercial* 24

Figura 7. *Encuesta de satisfacción acompañamiento Pitch Comercial* 25

Figura 8. *Informe de la encuesta de satisfacción acompañamiento Pitch Comercial"* 25

Figura 9. *Diseños de logotipos y monograma para redes sociales* 26

Figura 10. *Diseños de post para redes sociales* 27

Figura 11. *Diseños de historias para redes sociales* 27

Figura 12. *Estudio de sectores económicos de México* 29

Figura 13. *Consultoría Essi* 30

Figura 14. *Auditoría de Redes Essi* 30

Figura 15. *Estudio del parque motor en EE. UU.* 31

Figura 16. *Consultoría Lavco* 32

Figura 17. *Consultoría Foscal Internacional* 33

Figura 18. *Investigación de mercados Foscal Internacional* 34

Figura 19. *Tienda online Alibaba y Aliexpress en su idioma original* 35

Figura 20. *Cotización de importación aérea Vacchi* 36

Figura 21. *Consultoría Vacchi* 37

Figura 22. *Consultoría Ami Soluciones* 39

Figura 23. *Tabla de productos Ami Soluciones* 39

Figura 24. *Plantilla de cotización Ami Soluciones* 40

Figura 25. *Seguimiento de pasantías 2020-2* 41

Figura 26. *Matriz de selección de mercados Comercializadora Café AAA* 42

Figura 27. *Matriz de selección de mercados Inversiones Agropecuarias HBO* 43

Figura 28. *Base de datos convocatoria Exporta Digital 2021* 44

Figura 29. *Matriz de potencialidades de IED de los sectores santandereanos para Invest in Santander* 45

Figura 30. *Matriz de potencialidades de IED de los subsectores santandereanos para Invest in Santander* 45

Figura 31. *Formulario de aplicación al programa Exporta Digital* 46

Figura 32. *Soportes de facturación de las empresas Tesicol, Essi y Lavco* 47

Figura 33. *Investigación de oportunidades en mercados internacionales para Santander* 47

Resumen

El presente documento plasma de manera detallada cada una de las actividades desarrolladas como practicante del Centro de Consultoría Empresarial de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga, muestra las realidades a las que hay que enfrentarse en el mundo laboral y valida una experiencia humana y profesional con gran cantidad de aprendizajes.

Palabras Clave: Consultoría, práctica empresarial, mercado, estudio de mercado, empresa, acompañamiento.

Abstract

This document shows in detail each of the activities carried out as an intern at the Business Consulting Center of the Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga, shows the realities that must be faced in the world of work and validates a human and professional experience with great amount of learning.

Key Words: Consulting, business practice, market, market study, company, support.

Glosario

Cámara de Comercio de Bucaramanga: **"**La Cámara de Comercio de Bucaramanga trabaja por el desarrollo socioeconómico de la región mediante el fortalecimiento de la competitividad empresarial, regional y la prestación eficiente de los servicios delegados por el estado." (Cámara de Comercio de Bucaramanga, s.f.)

Centro de Consultoría Empresarial:

> Una unidad estratégica de servicio orientada al fortalecimiento económico y la competitividad de los sectores productivos estratégicos de la región, mediante la oferta de servicios especializados en temas gerenciales para la internacionalización, dirigidos a la comunidad empresarial y a las instituciones que propenden por lograr estándares superiores de competitividad a nivel internacional y nacional. (Centro de Consultoría Empresarial, s.f.)

Consultoría Empresarial: "La consultoría empresarial es una asesoría organizacional en ámbitos de gestión, que permite mejorar la eficiencia y competitividad de la compañía, por medio de la implementación de mejores prácticas y sistemas de trabajo." (Nirian, 2020)

Exportación: "Las exportaciones son el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización. Junto con las importaciones, son una herramienta imprescindible de contabilidad nacional." (Oca, 2015)

Importación: "Las importaciones son el conjunto de bienes y servicios comprados por un país en territorio extranjero para su utilización en territorio nacional. Junto con las exportaciones, son una herramienta imprescindible de contabilidad nacional." (Kiziryan, 2015)

Invest in Santander: **"**Invest in Santander es una institución sin ánimo de lucro que ejerce como interfaz entre los inversionistas y el departamento de Santander para fomentar la inversión." (Invest in Santander, s.f.)

Mercado: "El mercado es un proceso que opera cuando hay personas que actúan como compradores y otras como vendedores de bienes y servicios, generando la acción del intercambio." (Quiroa, 2019)

Orbis Crossborder Investment:

> Orbis Crossborder Investment analiza la globalización a través de proyectos y operaciones, y ofrece información sobre las empresas que están detrás de estas inversiones, tanto cotizadas como privadas. Realiza un seguimiento diario de la información y vigila los proyectos y operaciones anunciadas, completadas y canceladas/retiradas, así como los rumores y las intenciones. (Bureau Van Dijk, s.f.)

Programa 770: "Programa que busca fortalecer a las empresas productoras de bienes y/o servicios de Santander para competir en los mercados externos" (Cámara de Comercio de Bucaramanga, s.f.)

Programa de Formación Integral del Café: "El objetivo del programa es formar empresarios de la cadena de valor del café desde diferentes enfoques que le aporten valor a su negocio y le entreguen herramientas para llegar a nuevos mercados" (Centro Surcolombiano de Investigación en Café, 2020)

Programa Exporta Digital:

> El programa Exporta Digital está diseñado para intervenir hasta 40 empresas exportadoras frecuentes o no frecuentes, inscritas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga que necesiten fortalecer su presencia digital y/o diseñar una estrategia digital que formalice los esfuerzos a realizar en esta materia y en especial en el uso de herramientas como la página web, redes sociales, formatos virtuales de relacionamiento comercial, entre otras. (Trillos, 2020)

Introducción

A medida que los mercados evolucionan se necesitan cada vez mas profesionales capacitados con habilidades interpersonales y de comunicación que permitan un contacto más eficiente con el entorno empresarial. Es por esto, que la práctica empresarial como opción de grado brindada por la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga en el Centro de Consultoría Empresarial permite generar y desarrollar conocimientos y habilidades mediante el desarrollo y desenvolvimiento del practicante en un entorno empresarial que le permita estar a la vanguardia y a la par de las necesidades que el mercado actual demanda.

1. Informe de Practica Empresarial Centro de Consultoría Empresarial

1.1 Justificación

El contacto empresarial temprano es cada vez más fundamental en la formación profesional de los estudiantes, dado que, este los prepara para posibles situaciones que se pueden presentar en el ámbito laboral. Es por esto, que el profesional en Negocios Internacionales no es la excepción, ya que dadas las características que el perfil debe afrontar e intervenir, demanda responder a las necesidades del mercado de la manera más efectiva posible, cumpliendo con los estándares laborales y profesionales que permitan cumplir con éxito cada decisión u objetivo propuesto.

Por lo anterior, la opción de grado de prácticas empresariales brindada por la Facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás es una de las más acertadas, ya que permite a los futuros negociadores obtener un mayor conocimiento y entrenamiento de la manera en que se deben afrontar las situaciones que día a día desafían el mercado laboral, partiendo de las necesidades de cada una de las empresas que debe intervenir en el proceso. El Centro de Consultoría Empresarial de la Universidad Santo Tomás favorece cada uno de los aspectos anteriormente mencionados, ya que, a través de las consultorías brindadas a diferentes empresas permite a los educandos encarar las situaciones y necesidades de diferentes compañías de diversos sectores mediante acciones y enfoques multidisciplinarios partiendo de las necesidades de cada uno de los clientes.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Aplicar y fortalecer los conocimientos adquiridos durante la formación profesional mediante el apoyo de las actividades que componen y desarrolla en Centro de Consultoría Empresarial fundamentales para el funcionamiento optimo de la entidad, siempre y cuando permita un fortalecimiento y adquisición de nuevas competencias que influyan directamente en el crecimiento personal y profesional.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Apoyar al Centro de Consultoría Empresarial en cada una de las actividades propuestas de la mano de entidades departamentales en beneficio del fortalecimiento empresarial.
- Recopilar los conocimientos adquiridos durante la formación profesional mediante el asesoramiento de empresas santandereanas.
- Experimentar el contacto empresarial mediante reuniones con altos funcionarios y directivos corporativos.
- Desarrollar cada una de las funciones asignadas por los consultores en pro del buen funcionamiento del Centro de Consultoría Empresarial.

2. Perfil Empresarial

2.1 Universidad Santo Tomás

La Universidad Santo Tomás es una institución de educación superior, privada y católica, fundada, restaurada y dirigida por los frailes de la Orden de Predicadores de la Provincia de San Luis Bertrán de Colombia, organizada con carácter de fundación, sin ánimo de lucro, de utilidad común, con personería jurídica y autonomía dentro de los límites

señalados por la Constitución Política de Colombia, las leyes y el Concordato suscrito entre el Estado colombiano y la Santa Sede. (Universidad Santo Tomás, 2018)

2.2 Misión

La Misión de la Universidad Santo Tomás, inspirada en el pensamiento humanista y cristiano de Santo Tomás de Aquino, consiste en promover la formación integral de las personas en el campo de la educación superior, mediante acciones y procesos de enseñanza, aprendizaje, investigación y proyección social, para que respondan de manera ética, creativa y crítica a las exigencias de la vida humana y estén en condiciones de aportar soluciones a las problemáticas y necesidades de la sociedad. (Universidad Santo Tomás, 2018)

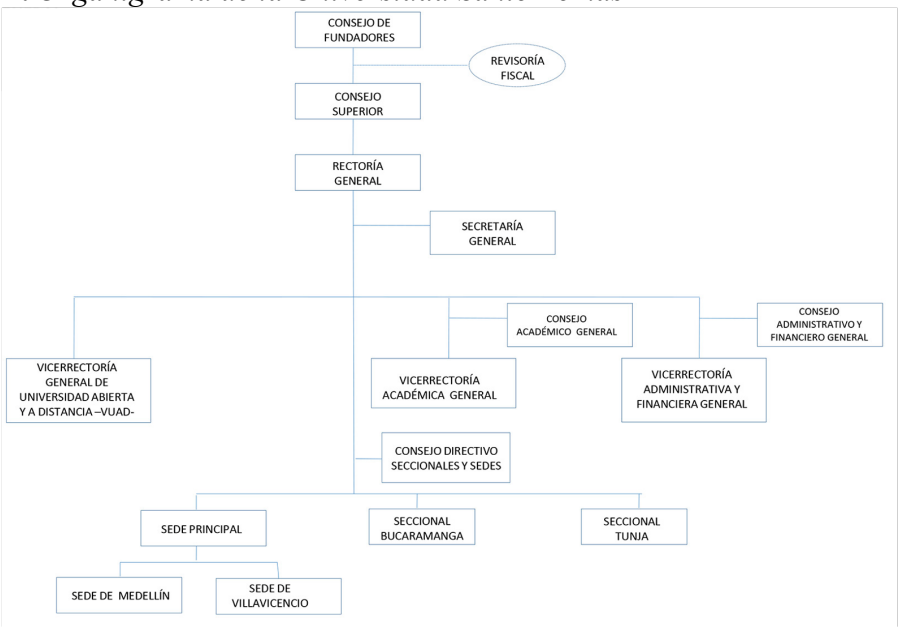
2.3 Visión

En 2027 la Universidad Santo Tomás de Colombia es referente internacional de excelente calidad educativa multicampus, por la articulación eficaz y sistémica de sus funciones sustantivas, y es dinamizadora de la promoción humana y la transformación social responsable, en un ambiente sustentable, de justicia y paz, en procura del bien común. (Universidad Santo Tomás, s.f.)

2.4 Organigrama

2.4.1 Organigrama General

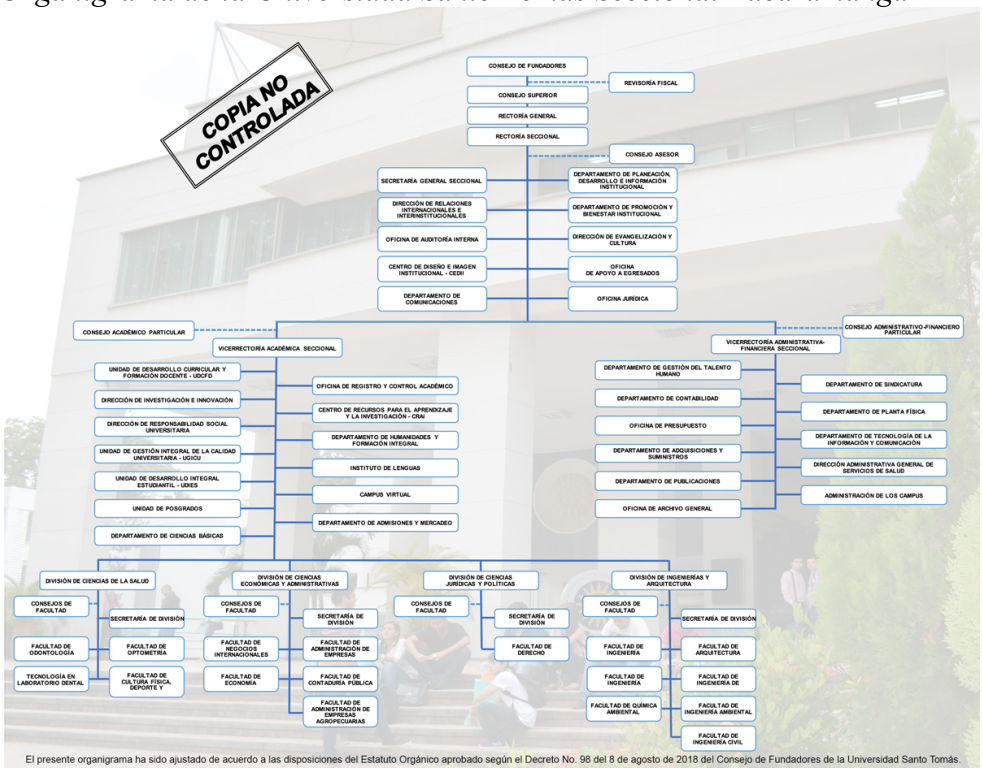
Figura 1. *Organigrama de la Universidad Santo Tomás*



Adaptado de Universidad Santo Tomás (Universidad Santo Tomás, s.f.)

2.4.2 Organigrama Seccional Bucaramanga

Figura 2. *Organigrama de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga*



Adaptado de Universidad Santo Tomás (Universidad Santo Tomás, s.f.)

3. Perfil Centro de Consultoría Empresarial

3.1 Perfil Empresarial

Una unidad estratégica de servicio orientada al fortalecimiento económico y la competitividad de los sectores productivos estratégicos de la región, mediante la oferta de servicios especializados en temas gerenciales para la internacionalización, dirigidos a la comunidad empresarial y a las instituciones que propenden por lograr estándares superiores de competitividad a nivel internacional y nacional. (Centro de Consultoría Empresarial, s.f.)

3.2 Misión

El CCE tiene por misión ofrecer servicios especializados soportados en la articulación de la oferta institucional - multidisciplinaria, por medio de diversas modalidades, como: investigación - estudios, educación continuada, formulación y desarrollo de proyectos de cofinanciación, cooperación internacional, como también asesorías y consultorías pendientes a solucionar problemas o necesidades, y al aprovechamiento de las oportunidades del tejido empresarial santandereano y de las diferentes regiones del país, oferentes de bienes y servicios para el mercado nacional o internacional, propiciando la dinámica entre el sector académico y productivo, para ser copartícipes del desarrollo económico regional. (Centro de Consultoría Empresarial, s.f.)

3.3 Visión

Para el año 2021 el Centro de Consultoría Empresarial – CCE, apoyado en alianzas estratégicas con diversas entidades de carácter público y privado, se habrá posicionado a nivel regional y nacional como una alternativa de atención directa al sector empresarial - Mipymes, quienes, a su vez, habrán mejorado su productividad y competitividad, gracias a

los servicios especializados multidisciplinarios recibidos con la finalidad de acceder o mejorar su participación en los mercados regionales, nacionales e internacionales, fortaleciéndose a la par los sectores económicos, para la construcción del país. (Centro de Consultoría Empresarial, s.f.)

3.4 Portafolio de Productos y Servicios

Figura 3. *Líneas de trabajo del Centro de Consultoría Empresarial*

Adaptado de Universidad Santo Tomás (Centro de Consultoría Empresarial, s.f.)

3.4.1 Asesorías y Consultorías

A través de su línea de servicios de consultoría el CCE busca convertirse en el mejor aliado de los empresarios interesados en fortalecer su oferta para competir en mercados globales y optimizar sus operaciones para hacerlas más rentables, gracias a un equipo multidisciplinar de expertos que le guían en la búsqueda de mejores oportunidades y la toma de excelentes decisiones. (Centro de Consultoría Empresarial, s.f.)

3.4.2 Entrenamiento Empresarial

Buscamos ofrecer programas abiertos, dirigidos a la comunidad en general y a la medida de las necesidades de las organizaciones en diferentes temas gerenciales, marketing, fortalecimiento empresarial e internacionalización. (Centro de Consultoría Empresarial, s.f.)

3.4.3 Proyectos de Cofinanciación

El CCE gestionará recursos de cofinanciación del orden internacional, nacional y regional; tanto en el sector público como privado, en beneficio de los sectores económicos y sociales de la región, como proponente (ejecutor) de los proyectos, o aliado en la ejecución de estos, a través de las capacidades técnicas, administrativas y financieras de que dispone la Universidad. (Centro de Consultoría Empresarial, s.f.)

3.4.4 Emprendimiento, Creatividad, e Innovación Empresarial

El CCE se convierte en un aliado estratégico para incursionar en nuevos mercados internacionales con acompañamiento permanente a emprendedores, empleando metodologías como:

- LEGO'S SERIOUS PLAY
- THE CANVAS BUSINESS MODEL
- LEAN STARTUP
- EMPATHY MAP
- DESIGN THINKING

Y contribuyendo a la creación y fortalecimiento de nuevos emprendimientos, y modelo de negocios orientados a atender las necesidades del mercado internacional. (Centro de Consultoría Empresarial, s.f.)

3.5 Aliados

Figura 4. *Alianzas estratégicas del Centro de Consultoría Empresarial*

Adaptado de Universidad Santo Tomás (Centro de Consultoría Empresarial, s.f.)

4. Cargo y Funciones

4.1 Cargo

- **Cargo:** Consultor Junior
- **Jefe directo:** Andrés Leonardo Trillos Celis
- **Correo:** ccemp@ustabuca.edu.co
- **Periodo de práctica:** Desde el 24 de agosto de 2020 hasta el 24 de de marzo de 2021

4.2 Funciones

- Apoyo logístico y de acompañamiento a las empresas inscritas en el Sexto Encuentro de Relacionamiento Comercial “Santander Compra Santander”
- Coordinador del área de Redes Sociales y Comunicaciones del Centro de Consultoría Empresarial

- Apoyo y acompañamiento en consultorías e investigaciones pertinentes a 5 de las empresas inscritas al Programa 770 Export (Essi, Lavco y Foscal Internacional)
- Apoyo y acompañamiento en consultorías particulares e investigaciones pertinentes de las empresas Vacchi y Ami Soluciones
- Coordinación y dirección del equipo de pasantes correspondientes al periodo 2020-2
- Apoyo y acompañamiento en consultorías e investigaciones pertinentes a 2 de las empresas inscritas al programa de Formación Integral del Café 2020 (Comercializadora Café AAA e Inversiones Agropecuarias HBO)
- Apoyo a la Cámara de Comercio de Bucaramanga en la base de datos de preselección de empresas opcionadas al programa Exporta Digital 2021
- Apoyo e investigación a la entidad Invest in Santander referente a las oportunidades de inversión extranjera directa en el país mediante la plataforma Orbis Crossborder Investment
- Labores administrativas varias

5. Descripción de Cada Función Realizada en el Centro de Consultoría Empresarial

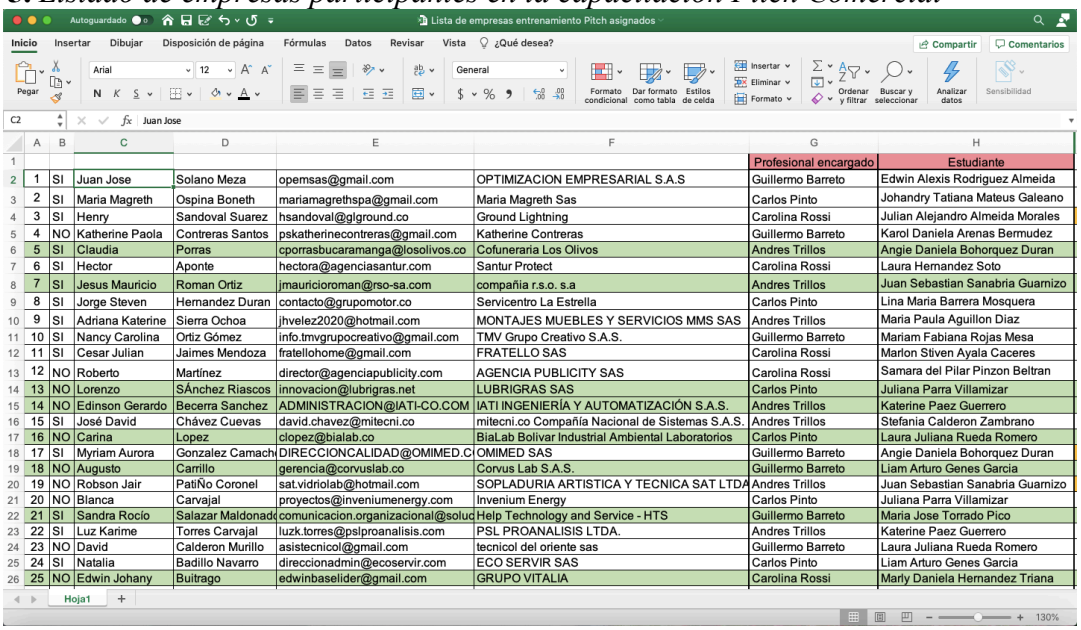
5.1 Apoyo Logístico y de Acompañamiento a las Empresas Inscritas en el Sexto Encuentro de Relacionamiento Comercial "Santander Compra Santander"

Con el fin de brindar un apoyo a las empresas inscritas en el Sexto Encuentro de Relacionamiento Comercial "Santander Compra Santander" los días 19, 20 y 21 de agosto de 2020 se coordinaron unas jornadas de capacitación a los empresarios interesados en recibir asesorías en

la realización del pitch comercial, fundamental y como recurso de apoyo y preparación para el Sexto encuentro de “Santander Compra Santander” realizado del 24 al 28 de agosto de 2020.

En las jornadas de capacitación anteriormente mencionadas, junto con el equipo de practicantes, consultores y unos estudiantes de sexto semestre previamente seleccionados se le brindó capacitación a 27 empresas: Agencia Publicity S.A.S., BiaLab – Bolivar Industrial Ambiental Laboratorios S.A.S., Cofuneraria Los Olivos, Compañía RSO S.A., Corvus Lab S.A.S., Eco Servir S.A.S., Fratello S.A.S., Fundación Colombia College, Furgoriente S.A., Ground Lightning, HTS – Help Technology and Service, AITI Ingeniería y Automatización S.A.S., Idea y Media Agencia S.A.S., Invenium Energy, Lubrigras S.A.S., Maria Magreth S.A.S., Mitecni.co Compañía Nacional de Sistemas S.A.S., Montajes Muebles y Servicios MMS S.A.S., Omimed S.A.S., Optimización Empresarial S.A.S. Pannacotta Bizcochería, Psicóloga Katherine Contreras, PSL Proanálisis LTDA., Santur Protect, Servicentro La Estrella, Tecnicol del Oriente S.A.S. y TMV Grupo Creativo S.A.S.

Figura 5. *Listado de empresas participantes en la capacitación Pitch Comercial*



							Profesional encargado	Estudiante
1	SI	Juan Jose	Solano Meza	opemsas@gmail.com	OPTIMIZACION EMPRESARIAL S.A.S		Guillermo Barreto	Edwin Alexis Rodriguez Almeida
2	SI	Maria Magreth	Ospina Boneth	mariamagrethspa@gmail.com	Maria Magreth Sas		Carlos Pinto	Johandry Tatiana Mateus Galeano
3	SI	Henry	Sandoval Suarez	hsandoval@glground.co	Ground Lightning		Carolina Rossi	Julian Alejandro Almeida Morales
4	NO	Katherine Paola	Contreras Santos	pskatherinecontreras@gmail.com	Katherine Contreras		Guillermo Barreto	Karol Daniela Arenas Bermudez
5	SI	Claudia	Porras	cporrasbucaramanga@losolivos.co	Cofuneraria Los Olivos		Andres Trillos	Angie Daniela Bohorquez Duran
6	SI	Hector	Aponte	hectora@agenciasantur.com	Santur Protect		Carolina Rossi	Laura Hernandez Soto
7	SI	Jesus Mauricio	Roman Ortiz	jmauricioroman@rso-sa.com	compañia r.s.o. s.a		Andres Trillos	Juan Sebastian Sanabria Guarnizo
8	SI	Jorge Steven	Hernandez Duran	contacto@grupomotor.co	Servicentro La Estrella		Carlos Pinto	Lina Maria Barrera Mosquera
9	SI	Adriana Katerine	Sierra Ochoa	jhvelez2020@hotmail.com	MONTAJES MUEBLES Y SERVICIOS MMS SAS		Andres Trillos	Maria Paula Aguillon Diaz
10	SI	Nancy Carolina	Ortiz Gómez	info.tmvgrupocreativo@gmail.com	TMV Grupo Creativo S.A.S.		Guillermo Barreto	Mariam Fabiana Rojas Mesa
11	SI	Cesar Julian	Jaimes Mendoza	fratellohome@gmail.com	FRATELLO SAS		Carolina Rossi	Marlon Stiven Ayala Caceres
12	NO	Roberto	Martínez	director@agenciapublicity.com	AGENCIA PUBLICITY SAS		Carolina Rossi	Samara del Pilar Pinzon Beltran
13	NO	Lorenzo	SÁnchez Riascos	innovacion@lubrigras.net	LUBRIGRAS SAS		Carlos Pinto	Juliana Parra Villamizar
14	NO	Edinson Gerardo	Becerra Sanchez	ADMINISTRACION@IATI-CO.COM	IATI INGENIERÍA Y AUTOMATIZACIÓN S.A.S.		Andres Trillos	Katerine Paez Guerrero
15	SI	José David	Chávez Cuevas	david.chavez@mitecni.co	mitecni.co Compañía Nacional de Sistemas S.A.S.		Andres Trillos	Stefania Calderon Zambrano
16	NO	Carina	Lopez	clopez@bialab.co	BiaLab Bolivar Industrial Ambiental Laboratorios		Carlos Pinto	Laura Juliana Rueda Romero
17	SI	Myriam Aurora	Gonzalez Camach	DIRECCIONCALIDAD@OMIMED.C	OMIMED SAS		Guillermo Barreto	Angie Daniela Bohorquez Duran
18	NO	Augusto	Carrillo	gerencia@corvuslab.co	Corvus Lab S.A.S.		Guillermo Barreto	Liam Arturo Genes Garcia
19	NO	Robson Jair	PatiÑo Coronel	sat.vidriolab@hotmail.com	SOPLADURIA ARTISTICA Y TECNICA SAT LTDA		Andres Trillos	Juan Sebastian Sanabria Guarnizo
20	NO	Blanca	Carvajal	proyectos@inveniumenergy.com	Invenium Energy		Carlos Pinto	Juliana Parra Villamizar
21	SI	Sandra Rocío	Salazar Maldonad	comunicacion.organizacional@soluc	Help Technology and Service - HTS		Guillermo Barreto	Maria Jose Torrado Pico
22	SI	Luz Karime	Torres Carvajal	luzk.torres@pslproanalisis.com	PSL PROANALISIS LTDA.		Andres Trillos	Katerine Paez Guerrero
23	NO	David	Calderon Murillo	asistecnicol@gmail.com	tecnicol del oriente sas		Guillermo Barreto	Laura Juliana Rueda Romero
24	SI	Natalia	Badillo Navarro	direccionadmin@ecoservir.com	ECO SERVIR SAS		Carlos Pinto	Liam Arturo Genes Garcia
25	NO	Edwin Johany	Buitrago	edwinbaselider@gmail.com	GRUPO VITALIA		Carolina Rossi	Marly Daniela Hernandez Triana

Las capacitaciones comprendían una serie de definiciones, paso a paso de encuentros tanto presenciales como virtuales, tips, como presentar la empresa, el producto y una serie de aspectos que los empresarios debían tener en cuenta para poder captar la atención de sus posibles clientes de principio a fin y poder generar una negociación exitosa en el Encuentro de Relacionamiento Comercial.

Figura 6. *Presentación de la capacitación Pitch Comercial*

Posterior a la jornada de capacitación se realizó una encuesta de satisfacción que pudo recoger los resultados de la percepción por parte de cada uno de los empresarios acerca de la información suministrada por el Centro de Consultoría; estos resultados se plasmaron en un informe que detalló cada uno de los aspectos a evaluar, entre los que se encontraban: nivel de satisfacción, utilidad de la capacitación, servicios ofrecidos por parte del Centro de Consultoría, entre otros; arrojando resultados positivos y calificando el evento de muy bueno.

Figura 7. *Encuesta de satisfacción acompañamiento Pitch Comercial*

Centro de Consultoría Empresarial

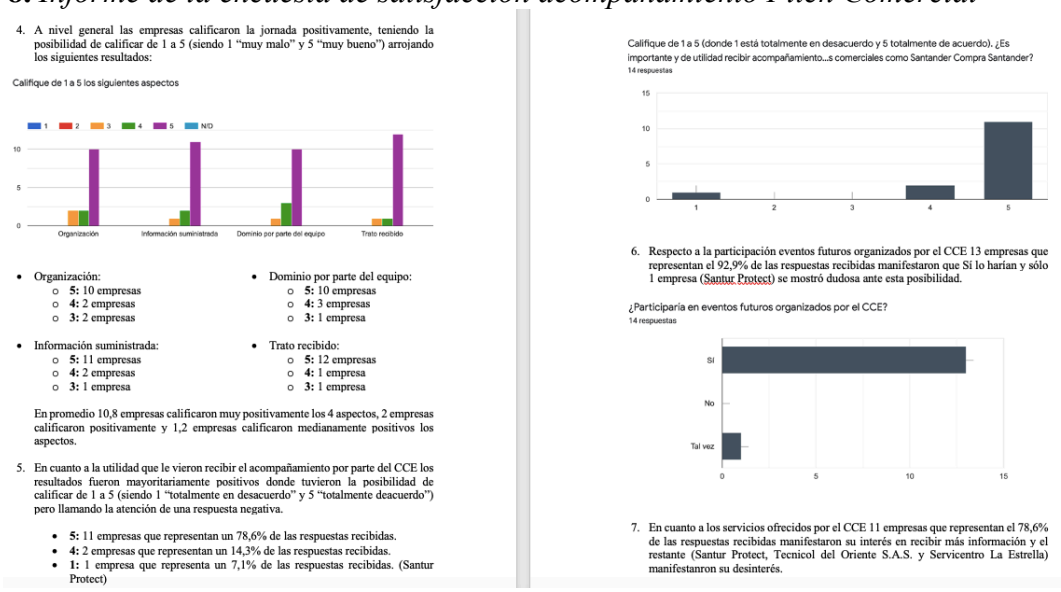
Acompañamiento Pitch Comercial Santander Compra Santander

Estimado empresario, gracias por participar en la jornada de preparación para el evento comercial.

Nos gustaría conocer su opinión para seguir mejorando; por ello, solicitamos su colaboración diligenciando esta breve encuesta que pretende conocer su opinión con relación al acompañamiento ofrecido por el Centro de Consultoría Empresarial (CCE) de la Universidad Santo Tomás.

*Obligatorio

Figura 8. *Informe de la encuesta de satisfacción acompañamiento Pitch Comercial"*



4. A nivel general las empresas calificaron la jornada positivamente, teniendo la posibilidad de calificar de 1 a 5 (siendo 1 "muy malo" y 5 "muy bueno") arrojando los siguientes resultados:

Califique de 1 a 5 los siguientes aspectos

- Organización:
  - **5:** 10 empresas
  - **4:** 2 empresas
  - **3:** 2 empresas
- Información suministrada:
  - **5:** 11 empresas
  - **4:** 2 empresas
  - **3:** 1 empresa
- Dominio por parte del equipo:
  - **5:** 10 empresas
  - **4:** 3 empresas
  - **3:** 1 empresa
- Trato recibido:
  - **5:** 12 empresas
  - **4:** 1 empresa
  - **3:** 1 empresa

En promedio 10,8 empresas calificaron muy positivamente los 4 aspectos, 2 empresas calificaron positivamente y 1,2 empresas calificaron medianamente positivos los aspectos.

5. En cuanto a la utilidad que le vieron recibir el acompañamiento por parte del CCE los resultados fueron mayoritariamente positivos donde tuvieron la posibilidad de calificar de 1 a 5 (siendo 1 "totalmente en desacuerdo" y 5 "totalmente deacuerdo") pero llamando la atención de una respuesta negativa.

- **5:** 11 empresas que representan un 78,6% de las respuestas recibidas.
- **4:** 2 empresas que representan un 14,3% de las respuestas recibidas.
- **1:** 1 empresa que representa un 7,1% de las respuestas recibidas. (Santur Protect)

Califique de 1 a 5 (donde 1 está totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo). ¿Es importante y de utilidad recibir acompañamiento...s comerciales como Santander Compra Santander?
14 respuestas

6. Respecto a la participación eventos futuros organizados por el CCE 13 empresas que representan el 92,9% de las respuestas recibidas manifestaron que Sí lo harían y sólo 1 empresa (Santur Protect) se mostró dudosa ante esta posibilidad.

¿Participaría en eventos futuros organizados por el CCE?
14 respuestas

7. En cuanto a los servicios ofrecidos por el CCE 11 empresas que representan el 78,6% de las respuestas recibidas manifestaron su interés en recibir más información y el restante (Santur Protect, Tecnicol del Oriente S.A.S. y Servicentro La Estrella) manifestanron su desinterés.

5.2 Coordinador del Área de Redes Sociales y Comunicaciones del Centro de Consultoría Empresarial

Como parte del proceso de aprendizaje y relacionamiento, se me asignó por parte del director del Centro de Consultoría Andrés Trillos y en presencia del equipo de trabajo como coordinador del área de redes sociales y comunicaciones, esto, con el fin de dar continuidad a la articulación del CCE con diferentes entidades como Procolombia y Cámara de Comercio de Bucaramanga.

Las labores se iniciaron con una etapa de reconocimiento de marca, tipo de seguidores, contenido, línea gráfica y demás componentes para el buen funcionamiento de las redes.

Posterior a la etapa de reconocimiento se realizaron una serie de propuestas que abarcaron desde una estrategia de rebranding de la entidad, hasta modelos de post y contenidos que permitirían captar la atención de muchos más clientes y aumentar el flujo de usuarios a las páginas.

Figura 9. *Diseños de logotipos y monograma para redes sociales*

Figura 10. *Diseños de post para redes sociales*

Figura 11. *Diseños de historias para redes sociales*

5.3 Apoyo y Acompañamiento en Consultorías e Investigaciones Pertinentes a 3 de las Empresas Inscritas al Programa 770 Export (Essi, Lavco y Foscal Internacional)

El Programa 770 Export está basado en el acompañamiento a 15 empresas altamente exportadoras con el fin de que sigan consolidando y ampliando su participación en los mercados internacionales; cada una con un acompañamiento de 17 horas se parte del análisis de los eslabones en que la empresa considera que necesita reforzar y tener un apoyo y que se ven reflejadas en un plan de acción e investigación ajustado a las necesidades por parte de profesionales en el área y practicantes de negocios internacionales.

5.3.1 Essi

El trabajo realizado a la Empresa de Soluciones Servicios e Innovación (ESSI) se realizó bajo el acompañamiento del consultor Andrés Trillos y el practicante Manuel Barraza y estuvo compuesto de dos partes:

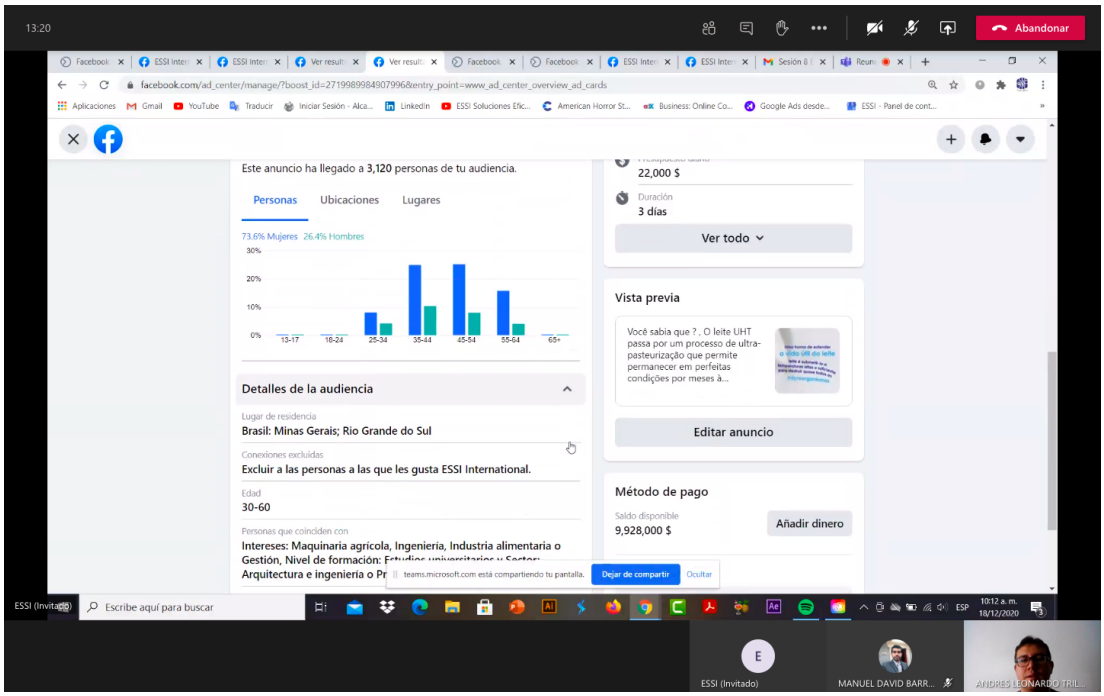
1. Etapa de investigación de mercados: Con lo que la empresa buscaba tener un panorama más ajustado y acercado a la realidad de los mercados y sectores a los que llegan en la actualidad bajo la influencia de la pandemia del SARS-CoV-2 que ha venido azotando al mercado internacional desde principios del año 2020.

   Las horas de acompañamiento estuvieron basadas en el análisis del sector lácteo, pulpa de frutas y jugos, en mercados como Brasil, México, Argentina, Ecuador e India.

Figura 12. *Estudio de sectores económicos de México*

2. Etapa de estrategia digital internacional: Con el objetivo de reforzar su presencia e influencia en las redes sociales internacionales, se establece un plan de trabajo basado en esfuerzos en posicionar y crear comunidad, línea gráfica, y plan de contenidos que permitieran un mayor flujo de posibles consumidores internacionales específicamente en los mercados de Brasil e India. Una vez estructurados los puntos a trabajar, se prosiguió a realizar un ejercicio de publicidad paga mediante la red social Facebook para los mercados objetivos, obteniendo resultados favorables al finalizar el periodo de consultorías.

Figura 13. *Consultoría Essi*



Adaptado de carpetas y archivos del CCE (Centro de Consultoría Empresarial, 2020)

Figura 14. *Auditoría de Redes Essi*

Centro de Consultoría Empresarial

ANÁLISIS DEL CONTEXTO

ANÁLISIS INTERNO GENERAL			
Red Social	Me Gusta/Seguidores/Suscriptores	Publicaciones Promedio por més (2020)	Reacciones/ Visualizaciones
FACEBOOK	1530	5,4	1342
INSTAGRAM	324	4,1	453
TWITTER	184	5,1	191
LINKEDIN	244	5	473

ANÁLISIS EXTERNO							
Empresa	Ubicación	Aspecto	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	LINKEDIN	YOUTUBE
Adipack ENVASADORAS ASÉPTICAS	Colombia	Me Gusta/Seguidores/Suscriptores	59	N/A	N/A	N/A	49
		Publicaciones Promedio por més (2020)	0,2	N/A	N/A	N/A	0,4
		Reacciones/Visualizaciones	0	N/A	N/A	N/A	225
ELECSTER	Finlandia	Me Gusta/Seguidores/Suscriptores	267	N/A	32	228	31
		Publicaciones Promedio por més (2020)	0	N/A	0	0	0
		Reacciones/Visualizaciones	0	N/A	0	0	0
Tetra Pak	Suecia	Me Gusta/Seguidores/Suscriptores	35444	N/A	20200		324
		Publicaciones Promedio por més (2020)	11,7	N/A	6,9		0,8

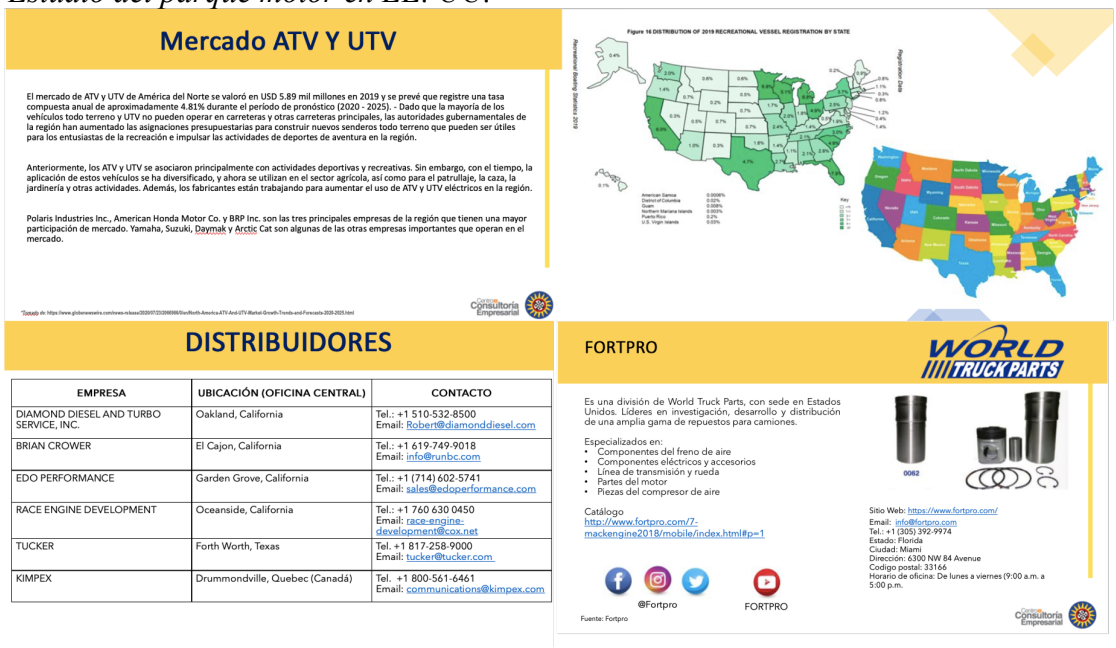
ANÁLISIS DEL CONTEXTO | MATRIZ DAFO | ANÁLISIS CAME (ESTRATEGIAS) | PLAN DE CONTENIDOS | FACEBOOK | INSTAGRAM | TWITTER | LINKEDIN

5.3.2 Lavco

El acompañamiento a Industrias Lavco contó con el apoyo del consultor Andrés Trillos y el practicante Manuel Barraza y al igual que Essi estuvo compuesto de las etapas de:

1. Etapa de investigación de mercados: Centrado en el análisis del parque automotor con énfasis en el sector deportivo en Estados Unidos y un listado de posibles clientes interesados en las camisas para motores ofrecidas por la compañía en los estados de Florida y California.

Figura 15. *Estudio del parque motor en EE. UU.*



Mercado ATV Y UTV

El mercado de ATV y UTV de América del Norte se valoró en USD 5.89 mil millones en 2019 y se prevé que registre una tasa compuesta anual de aproximadamente 4.81% durante el periodo de pronóstico (2020 - 2025). - Dado que la mayoría de los vehículos todo terreno y UTV no pueden operar en carreteras y otras carreteras principales, las autoridades gubernamentales de la región han aumentado las asignaciones presupuestarias para construir nuevos senderos todo terreno que pueden ser útiles para los entusiastas de la recreación e impulsar las actividades de deportes de aventura en la región.

Anteriormente, los ATV y UTV se asociaron principalmente con actividades deportivas y recreativas. Sin embargo, con el tiempo, la aplicación de estos vehículos se ha diversificado, y ahora se utilizan en el sector agrícola, así como para el patrullaje, la caza, la jardinería y otras actividades. Además, los fabricantes están trabajando para aumentar el uso de ATV y UTV eléctricos en la región.

Polaris Industries Inc., American Honda Motor Co. y BRP Inc. son las tres principales empresas de la región que tienen una mayor participación de mercado. Yamaha, Suzuki, Daymak y Arctic Cat son algunas de las otras empresas importantes que operan en el mercado.

*Tomado de: https://www.globenewswire.com/news-release/2020/07/23/2068888/0/en/North-America-ATV-And-UTV-Market-Growth-Trends-and-Forecasts-2020-2025.html

Figure 16 DISTRIBUTION OF 2019 RECREATIONAL VESSEL REGISTRATION BY STATE

Recreational Boating Statistics 2019

Registration Data

American Samoa 0.0006%
District of Columbia 0.02%
Guam 0.008%
Northern Mariana Islands 0.003%
Puerto Rico 0.2%
U.S. Virgin Islands 0.03%

Key

DISTRIBUIDORES

EMPRESA	UBICACIÓN (OFICINA CENTRAL)	CONTACTO
DIAMOND DIESEL AND TURBO SERVICE, INC.	Oakland, California	Tel.: +1 510-532-8500 Email: Robert@diamonddiesel.com
BRIAN CROWER	El Cajon, California	Tel.: +1 619-749-9018 Email: info@runbc.com
EDO PERFORMANCE	Garden Grove, California	Tel.: +1 (714) 602-5741 Email: sales@edoperformance.com
RACE ENGINE DEVELOPMENT	Oceanside, California	Tel.: +1 760 630 0450 Email: race-engine-development@cox.net
TUCKER	Forth Worth, Texas	Tel. +1 817-258-9000 Email: tucker@tucker.com
KIMPEX	Drummondville, Quebec (Canadá)	Tel. +1 800-561-6461 Email: communications@kimpex.com

FORTPRO

WORLD TRUCK PARTS

Es una división de World Truck Parts, con sede en Estados Unidos. Líderes en investigación, desarrollo y distribución de una amplia gama de repuestos para camiones.

Especializados en:
- Componentes del freno de aire
- Componentes eléctricos y accesorios
- Línea de transmisión y rueda
- Partes del motor
- Piezas del compresor de aire

Catálogo
http://www.fortpro.com/7-mackengine2018/mobile/index.html#p=1

0062

Sitio Web: https://www.fortpro.com/
Email: info@fortpro.com
Tel.: +1 (305) 392-9974
Estado: Florida
Ciudad: Miami
Dirección: 6300 NW 84 Avenue
Codigo postal: 33166
Horario de oficina: De lunes a viernes (9:00 a.m. a 5:00 p.m.

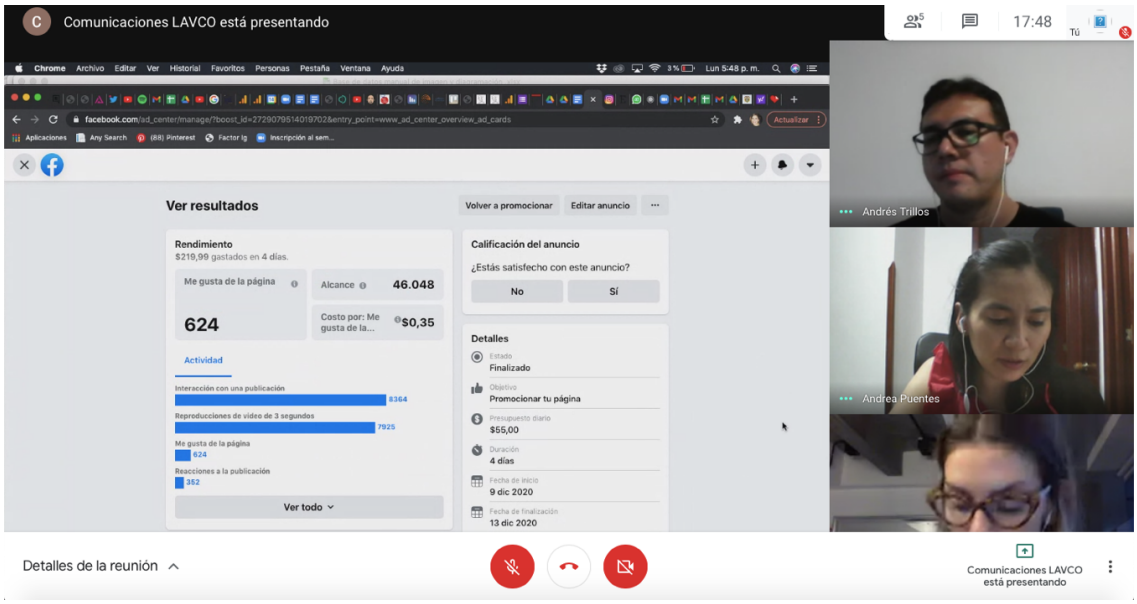
@Fortpro FORTPRO

Fuente: Fortpro

2. Etapa de estrategia digital internacional: La estrategia se enfocó en dirigir esfuerzos a los mercados de EE. UU., Guatemala, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica mediante las líneas de comunicación como Facebook, Instagram y Youtube. Para esta etapa se analizaron aspectos como línea editorial y gráfica, perfil del sector, segmentación, entre otros, con el fin de lanzar campañas publicitarias en las redes sociales que permitieran aumentar el flujo e incrementar seguidores de público objetivo en los mercados

seleccionados. El primer ejercicio de publicidad se realizó mediante Facebook a través de un video que explica la empresa, procesos y exportaciones con una duración de no más de 2 minutos, para lo que se destinó un presupuesto de USD220 y tuvo un alcance de mas 600 me gusta al final del programa.

Figura 16. *Consultoría Lavco*



Adaptado de carpetas y archivos del CCE (Centro de Consultoría Empresarial, 2020)

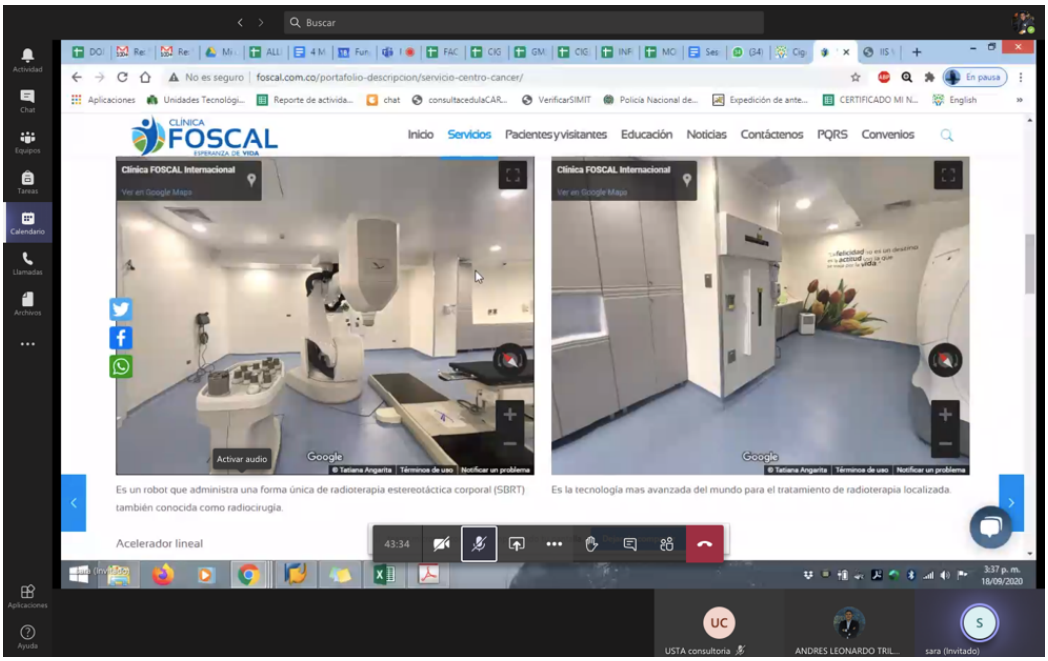
5.3.3 Foscal Internacional

Las consultorías contaron con el acompañamiento del consultor Andrés Trillos y se centraron en el análisis del mercado de Estados Unidos con el fin de promocionar sus servicios y sacar el máximo provecho de la ruta que inauguró en 2020 la aerolínea Spirit entre las ciudades de Bucaramanga y Fort Lauderdale.

La investigación concentró esfuerzos en el análisis de principales competidores en los estados con la mayor cantidad de población hispanoparlante (Florida y California), a su vez se

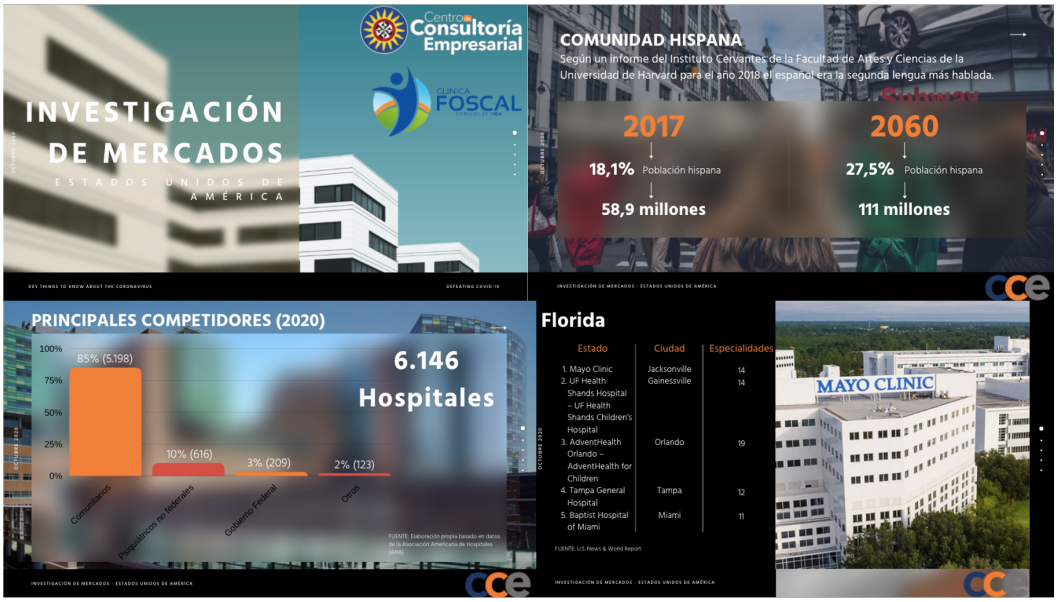
analizaron las aseguradoras para posibles convenios, principales patologías y especialidades ofertadas por hospital, el censo de la población colombiana residente en dichos estados y tendencias de los consumidores. Adicional a lo anterior, se analizó el mercado de los chequeos ejecutivos, el cual es el servicio en que más mostró interés la empresa y se analizaron los modelos más representativos con el fin de tener un referente en la oferta de este tipo de servicios.

Figura 17. *Consultoría Foscal Internacional*



Adaptado de carpetas y archivos del CCE (Centro de Consultoría Empresarial, 2020)

Figura 18. *Investigación de mercados Foscal Internacional*



Adaptado de carpetas y archivos del CCE (Centro de Consultoría Empresarial, 2020)

5.4 Apoyo y Acompañamiento en Consultorías Particulares e Investigaciones Pertinentes de las Empresas Vacchi y Ami Soluciones

5.4.1 Vacchi

El acompañamiento del Centro de Consultoría Empresarial a la empresa estuvo dividido en los módulos de estrategias de negociación y validación de proveedores potenciales, manejo financiero y logística de importación, partiendo de las necesidades de adquirir confecciones a proveedores chinos.

Las Estrategias de negociación y validación de proveedores potenciales contó con el acompañamiento de la consultora Beatriz Brokate, especialista en el mercado Chino, la cuál brindó herramientas y tips que permitieron ubicar al proveedor más optimo partiendo de las necesidades de la empresa. Mediante la utilización de herramientas como Alibaba y Aliexpress (ambas en su

idioma original) se pudo conseguir mejores precios para los productos, adicional a esto permitió ampliar el catálogo de posibles proveedores y por último se pudo validar la confiabilidad de las empresas.

Figura 19. *Tienda online Alibaba y Aliexpress en su idioma original*

Adaptado de página web 1688 (Mil seiscientos ochenta y ocho, s.f.)

El módulo de manejo financiero contó con el acompañamiento del consultor Carlos Pinto, especialista en el área financiera; este acompañamiento se basó en brindar recomendaciones a la empresa acerca del manejo contable que se le estaba dando al modelo de negocio, adicional a esto se realizó una visita presencial y reunión con el contador de la empresa para realizar acercamientos, recomendaciones y consolidación de la parte financiera.

Finalmente y una vez seleccionado el proveedor, el consultor Henry Calderón, especialista logístico, apoyó el tema de la importación de la mercancía, los costos asociados a la importación,

documentación, transporte, ubicación arancelaria, empaque y etiquetado, entre otros aspectos que le dieran una mayor claridad al empresario de la inversión que debía realizar para dicho pedido.

Figura 20. *Cotización de importación aérea Vacchi*

Alltrans ltda.	COTIZACIÓN IMPORTACIÓN	CÓDIGO	R-COM-04
		VERSIÓN	2
		FECHA	23/01/2017

Nº Cotización

Bucaramanga, septiembre 28 de 2020

Señor(es):
VACCHI
Att. Sr. Victor Bernal
Ciudad

Ref. Cotización de Importación Aerea aduana de Bogotá

De acuerdo a su amable solicitud con la presente nos permitimos poner a su consideración las tarifas para la respectiva revisión y autorización, las cuales estamos seguros serán favorables a sus intereses.

Origen	USA	
Destino	Bogotá	
Incoterms	CPT Bogotá	
Descripción de la Mercancía	Confecciones	
Valor de la Mercancía	USD 980,00	
Partida Arancelaria	VARIAS	
Arancel	10%	
IVA	19%	
Embalaje	Carga suelta	
Cantidad de Piezas	200 unidades	
Dimensiones de las Piezas	por confirmar	
Volumen	por confirmar	
Peso	10 kls.	
Tasa de Cambio	Dólar a Peso	COP 3.850,00
	Peso a Dólar	COP 3.000,00

Carrera 24 No. 38 – 40 B. Bolivar ***PBX:*** *(57) (7) 634 4424* ***FAX:*** *(57) (7) 680-2961E-mail: gerencia@alltransltda.com Web www.alltransltda.comBucaramanga – Santander – Colombia*

TRAMITE DE IMPORTACION AEREA ADUANA DE BOGOTA

CONCEPTO	VALOR
Intermediacion Aduanera	COP 395.100
Declaración de Importación	56.000
Declaración de Valor	0
Preinspección carga	90.000
Gastos Operativos	165.000
Incorporación Siglo XXI	41.400
Acompañamiento Inspeccion Dian LCL	80.000
Subtotal	**COP 827.500**
Iva 19%	COP 157.225
SUB TOTAL	**COP 984.725**
Servicio de bodegajes	350.000
Liberación carga aerolinea	250.000
Costo financieros y archivo	25.000
Transporte interno Bogotá	0
TOTAL MANEJOS PORTUARIOS	**COP 1.609.725**

TRIBUTOS ADUANEROS

Valor FOB	USD 980,00
Valor del Flete internacional	USD 650,00
Valor Seguro	USD 4,90
Total CIF en USD	**USD 1.634,90**
T.R.M.	USD 3.850,00
Total CIF en COP	**COP 6.294.365**

CONCEPTO			VALOR
ARANCEL	COP 6.294.365	10%	COP 629.437
IVA	COP 6.923.802	19%	COP 1.315.522
		TOTAL TRIBUTOS ADUANEROS	**COP 1.944.959**

LIQUIDACIÓN

CONCEPTO	TOTAL COP	TOTAL USD
Trámites Aduaneros	COP 984.725	
Otros gastos	COP 625.000	
Tributos Aduaneros	COP 1.944.959	
TOTAL FLETE Y ADUANA	**COP 3.554.684**	

COSTO LOGISTICO POR UNIDAD INCLUIDO IVA	**COP 17.773**
COSTO LOGISTICO POR UNIDAD SIN INCLUIR IVA	**COP 8.049**

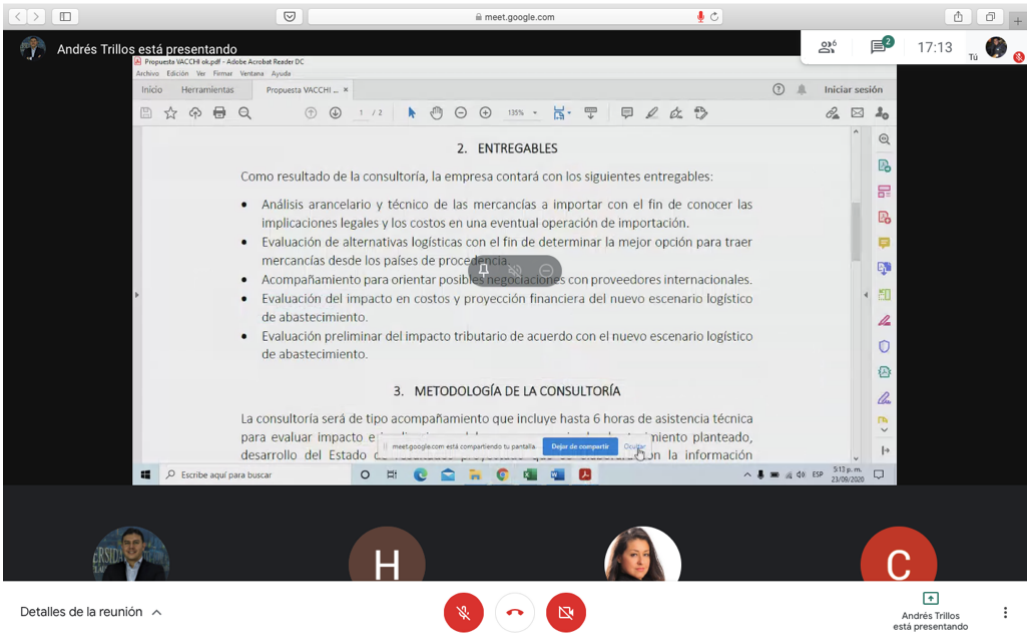
Cordial saludo,

HENRY CALDERON SANCHEZ
Director de Operaciones
ALLTRANS LTDA
E-mail: **operaciones@alltransltda.com**
Celular: 310-7745794- 6344424

Carrera 24 No. 38 – 40 B. Bolivar ***PBX:*** *(57) (7) 634 4424* ***FAX:*** *(57) (7) 680-2961E-mail: gerencia@alltransltda.com Web www.alltransltda.comBucaramanga – Santander – Colombia*

Adicional a lo anterior y durante la vigencia del contrato con la empresa se adelantaron esfuerzos de articulación entre consultorías, acompañamiento, seguimiento y contacto constante con el empresario, que permitiera un trabajo integral y óptimo.

Figura 21. *Consultoría Vacchi*



Adaptado de carpetas y archivos del CCE (Centro de Consultoría Empresarial, 2020)

5.4.2 Ami Soluciones

Al igual que con la empresa Vacchi el acompañamiento del Centro de Consultoría Empresarial a la empresa Ami Soluciones estuvo dividido en los módulos de estrategias de negociación y validación de proveedores potenciales, manejo financiero y logística de importación, esto, partiendo del objetivo de la compañía, la cuál tenia necesidades similares con la excepción de que se manejó un tipo diferente de producto (desechables biodegradables).

Las Estrategias de negociación y validación de proveedores potenciales contó con el acompañamiento de la consultora Beatriz Brokate, especialista en el mercado Chino, la cuál brindó herramientas y tips que permitieron al empresario ubicar posibles proveedores que se acomodaran a su tipo de producto y en especial a los grandes volúmenes que estaba dispuesto a comprar. Como parte de las consultorías se realizaron acompañamientos en la inscripción de la empresa a la Feria de Cantón 2020, la cuál fue totalmente virtual y permitió a la empresa ubicar a grandes productores.

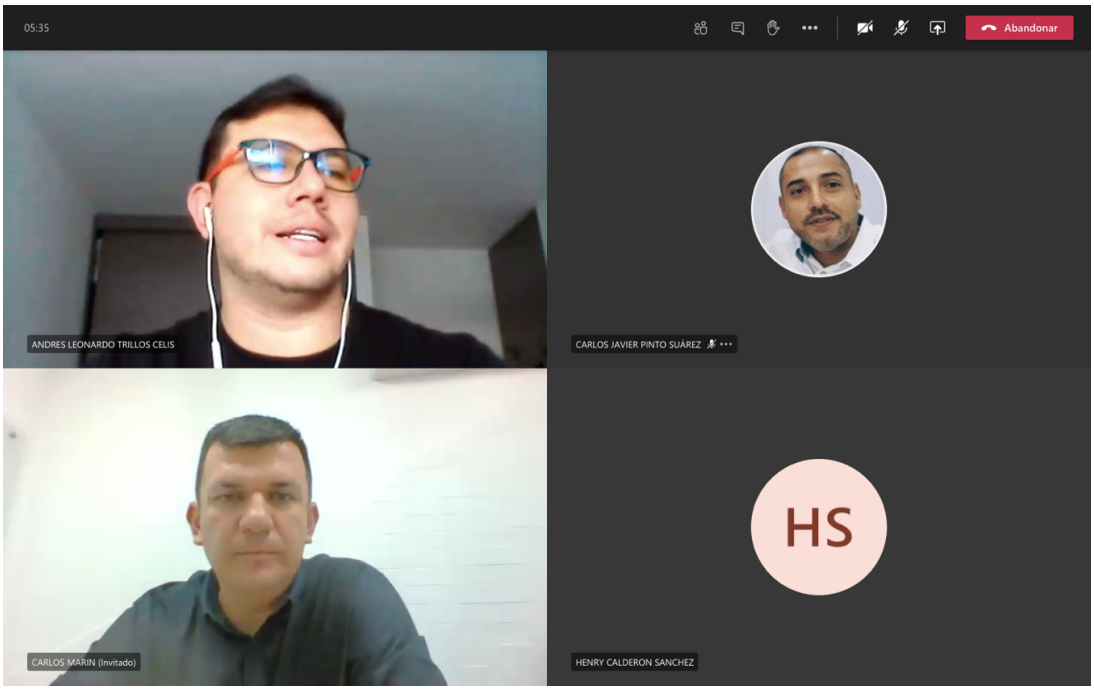
Mediante la utilización de herramientas como Alibaba y Aliexpress (ambas en su idioma original) se pudo conseguir ventajas de negociación referente a precios de productos, adicional a esto permitió ampliar el catálogo de posibles proveedores y su validación. Adicional a lo anterior se realizaron acercamientos externos con un intermediario (Ibercondor) y un trader especializado dado el volumen de mercancía a manejar.

El módulo de manejo financiero contó con el acompañamiento del consultor Carlos Pinto, especialista en el área financiera; este acompañamiento se basó en brindar recomendaciones a la empresa acerca del manejo contable que se le estaba dando a la empresa.

El módulo de logística de importación contó con acompañamiento del consultor Henry Calderón, especialista logístico, el cuál apoyó el tema del modelo de la importación de la mercancía, los costos asociados a la importación, documentación, transporte, ubicación arancelaria, empaque, entre otros aspectos que le dieran una mayor claridad al empresario de la inversión que debía realizar para dicho pedido.

Adicional a lo anterior y durante la vigencia del contrato con la empresa se adelantaron esfuerzos de articulación entre consultorías, acompañamiento, seguimiento y contacto constante con el empresario, que permitiera un trabajo integral y óptimo. Se brindó apoyo en la creación de la tabla de productos a negociar en inglés y español y se creó una plantilla de cotización que permitiera un mayor dominio por parte del empresario en las rondas de negociación.

Figura 22. *Consultoría Ami Soluciones*

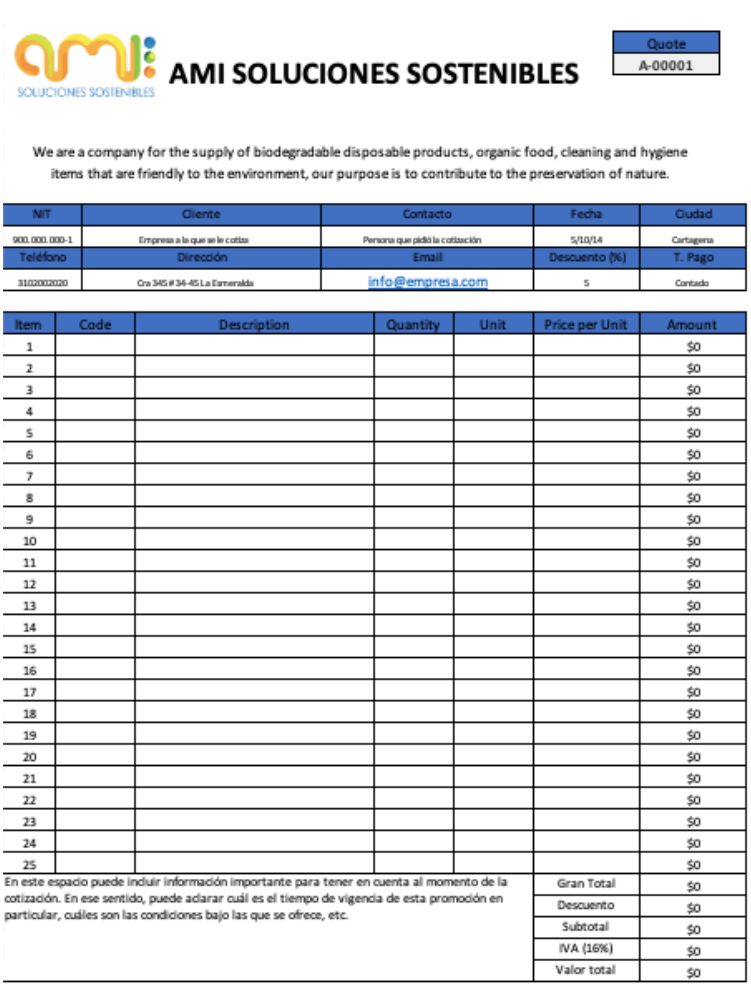


Adaptado de carpetas y archivos del CCE (Centro de Consultoría Empresarial, 2020)

Figura 23. *Tabla de productos Ami Soluciones*

PRODUCT TABLE			Country: Colombia City: Bucaramanga Postal Code: 680002 Address: Carrera 29 #33-65 Neighborhood: La Aurora Phone number: +(57)0376458555 +(57)3187883400	SOLUCIONES SOSTENIBLES	
ITEM	**TYPE**	**SIZE**	**PRODUCT IMAGE**	**QUALITY CHARACTERISTICS**	**OTHER CHARACTERISTICS**
1	Biodegradable Disposable Food Container P1 / 1 compartment / 8in.	220*205*45 (mm)		99% sugarcane bagasse pulp, 1% additive Does not contain recycled paper pulp Resistance to contact with liquids Grease resistant	Safe for human health Suitable to withstand liquids and solids Freezer resistant Microwave resistant
2	Biodegradable Disposable Food Container P3 / 3 compartments / 8in.	220*205*45 (mm)		99% sugarcane bagasse pulp, 1% additive Does not contain recycled paper pulp Resistance to contact with liquids Grease resistant	Safe for human health Suitable to withstand liquids and solids Freezer resistant Microwave resistant
3	Biodegradable Disposable Food Container T1 /	254*240*45 (mm)		99% sugarcane bagasse pulp, 1% additive Does not contain recycled paper pulp	Safe for human health Suitable to withstand liquids and solids

Figura 24. *Plantilla de cotización Ami Soluciones*



SOLUCIONES SOSTENIBLES

AMI SOLUCIONES SOSTENIBLES

Quote
A-00001

We are a company for the supply of biodegradable disposable products, organic food, cleaning and hygiene items that are friendly to the environment, our purpose is to contribute to the preservation of nature.

NIT	Cliente	Contacto	Fecha	Ciudad
900.000.000-1	Empresa a la que se le cotiza	Persona que pidió la cotización	5/10/14	Cartagena
Teléfono	**Dirección**	**Email**	**Descuento (%)**	**T. Pago**
3102002020	Cra 345 # 34-45 La Esmeralda	info@empresa.com	5	Contado

Item	Code	Description	Quantity	Unit	Price per Unit	Amount
1						$0
2						$0
3						$0
4						$0
5						$0
6						$0
7						$0
8						$0
9						$0
10						$0
11						$0
12						$0
13						$0
14						$0
15						$0
16						$0
17						$0
18						$0
19						$0
20						$0
21						$0
22						$0
23						$0
24						$0
25						$0
En este espacio puede incluir información importante para tener en cuenta al momento de la cotización. En ese sentido, puede aclarar cuál es el tiempo de vigencia de esta promoción en particular, cuáles son las condiciones bajo las que se ofrece, etc.					Gran Total	$0
					Descuento	$0
					Subtotal	$0
					IVA (16%)	$0
					Valor total	$0

5.5 Coordinación y Dirección del Equipo de Pasantes Correspondientes al Periodo 2020-2

Con el fin de generar un mayor contacto y articulación con los estudiantes a partir del sexto semestre de negocios internacionales de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga, se adelantaron esfuerzos de convocatoria, inscripción, selección, asignación de labores y acompañamiento de los estudiantes seleccionados.

Figura 25. *Seguimiento de pasantías 2020-2*

#	NOMBRE	PROGRAMA	EMPRESA	TEMAS	HORAS	TOTAL DE HORAS TRABAJADAS	
1	Andrea Juliana Parra Villamizar	Formación Integral del Café	Castillo Santa Clara SAS	Análisis de la oferta y matriz de selección	2	13	
				Condiciones logísticas	2		
				Condiciones de mercado	2		
				Canales de distribución	2		
				Tendencias de empaque	2		
				DFI	2		
				Presentación final	1		
2	Andrés Felipe Peñaranda Caviedes	770	ESSI	Analálisis pospandemia del mercado de los lácteos en Argentina	4	10	Pasante retirado
		Formación Integral del Café	Café Bajo Sombra	Primer encuentro con el empresario	1		
				Explicación primeras indicaciones a tener en cuenta para iniciar el proyecto	1		
				Videoconferencia vía Zoom para la explicación del uso de la plataforma TradeMap	1		
				Importaciones de café verde a nivel mundial, últimos 10 años (valores y pesos)	3		
3	Gabriela Pedraza Rueda	770	Smart Data	Perfilamiento de 4 empresas, investigacion de informacion general de las empresas y su facturacion	2	18	
				Perfilamiento de 6 empresas en el sector de BPO y de finanzas, con informacion general, servicios y facturacion de cada empresa	2		
		Formación Integral del Café	Exportaciones de Origen	Primer encuentro con la empresaria	1		
				Explicación primeras indicaciones a tener en cuenta para iniciar el proyecto	1		
				Videoconferencia vía Zoom para la explicación del uso de la plataforma TradeMap	1		
				Importaciones de café verde a nivel mundial, últimos 10 años (valores y pesos)	3		
				Manejo y elaboración de la matriz de selección de mercados	4		
				Videoconferencia vía Zoom para la explicación del uso de la plataforma Wiser Trade y legiscomex	2		
				Entrega de información y correcciones	2		
4	Jose Alexander Larios Ardila	Formación Integral del Café	Comercializadora Café AAA	Primer encuentro con el empresario	2	4	Pasante retirado; justifica razones personales
				Manejo y elaboración de la matriz de selección de mercados	2		
5	Juan Diego Rodríguez	Formación Integral del Café	Inversiones Agropecuarias HBO	Primer encuentro con el empresario	2	18	
				Manejo y elaboración de la matriz de selección de mercados	4		
				Profundización del mercado objetivo	4		
				DFI	3		
				Costos asociados a la exportación	2		
				Socialización y entrega de información	3		
		770	Adipack	Busqueda de exportaciones generales de Colombia y apoyo en investigacion sobre situación del sector lacteo en Haití	2		
		Información para el consultor Andrés Trillos		Preferencias arancelarias con los principales TLC de colombia (USA, UE, COsta Rica) para el cacao, cafe, calzado y citricos.	2		

5.6 Apoyo y Acompañamiento en Consultorías e Investigaciones Pertinentes a 2 de las Empresas Inscritas al Programa de Formación Integral del Café 2020 (Comercializadora Café AAA e Inversiones Agropecuarias HBO)

Como parte del constante proceso de articulación y relacionamiento del Centro de Consultoría Empresarial con las entidades departamentales, se realizó una prueba piloto en la cuál dos pasantes bajo la dirección y coordinación de un practicante realizaron unas jornadas de consultorías a las empresas inscritas en el programa de Formación Integral del Café 2020 enfocadas en 3 fases:

1. Inteligencia de mercados: Matriz de selección de mercados potenciales y condiciones de acceso
2. Distribución física internacional: Ruta logística nacional e internacional, empaque, embalaje y unitarización, documentos legales para exportación y seguro internacional

3. Costos, precios y cotizaciones internacionales: Matriz de costos basados en Incoterms 2020

5.6.1 Comercializadora Café AAA

Como parte del programa, se adelantaron reuniones de contextualización para enfocar la investigación de una manera correcta, con el apoyo de los pasantes María Torrado y José Larios se identificaron las necesidades de la empresa y posibles soluciones, enfocándolo en las 3 fases básicas. Se realizó un acompañamiento y una investigación pertinente que posteriormente se socializó con la empresaria.

Figura 26. *Matriz de selección de mercados Comercializadora Café AAA*

MATRIZ SELECCION DE MERCADOS COMERCIALIZADORA DE CAFÉ AAA													
VARIABLES ECONOMICAS													
VARIABLES	CANADA	C	R	PAISES BAJOS	C	R	ALEMANIA	C	R	FRANCIA	C	R	%
PIB CORRIENTE (USD)	$ 1.730.914	4	0,4	USD 902.355,0	4,5	0,45	USD 3.861.550,0	5	0,5	USD 2.707.074,0	4	0,4	10%
TASA DE CRECIMIENTO PIB REAL	1,6%			1,80%			0,6%			1,2%			
PIB PER CÁPITA (USD)	$ 50.725			USD 58.340,7			USD 56.226,2			USD 47.222,6			
INFLACION	2,20%			2,70%			1,40%			0,4%			
RANKING DOING BUSINESS	23			42			22			32			
DESEMPLEO	5,6%			3,4%			3,2%			8,5%			
VARIABLES DE COMERCIO EXTERIOR													
VARIABLES	CANADA	C	R	PAISES BAJOS	C	R	ALEMANIA	C	R	FRANCIA	C	R	%
VALOR IMPORTADO (USD)	$ 453.157.225.000	3,5	1,05	$ 514.857.688.000	4,5	1,35	$ 1.236.217.435.000	4,5	1,35	$ 637.949.069.000	3,5	0,35	30%
TASA CRECIMIENTO 2018-2019	-2%			-2%			-4%			-3%			
PRINCIPAL PROVEEDOR	EE.UU. (50,7%)			ALEMANIA (17,1%)			CHINA (10%)			ALEMANIA (14,9)			
VALOR EXPORTADO	$ 446.562.311.000			$ 576.784.455.000			$ 1.486.877.250.000			$ 555.100.606.000			
TASA DE CRECIMIENTO 2018-2019	-1%			-2%			-4%			-2%			
PRINCIPAL CLIENTE	EE.UU. (75,4%)			ALEMANIA (22,2)			EE.UU. (8,9%)			ALEMANIA (14,1)			
VARIABLES SECTOR													
VARIABLES	CANADA	C	R	PAISES BAJOS	C	R	ALEMANIA	C	R	FRANCIA	C	R	%
CONSUMO PERCAPITA CAFÉ KG ANUAL (2020)	5,5	3,8	0,57	8,3	5	0,75	5,2	4	0,6	3,4	4	0,4	15%
VALOR IMPORTADO (USD)	$ 538.723.000			$ 604.674.000			$ 638.484.000			$ 1.985.665.000			
CANTIDAD IMPORTADA	64117			68366			83577			165942			
PRECIO PROMEDIO TON (USD)	$ 8.402			$ 8.845			$ 7.639			$ 11.966			
CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO													
MEDIDAS ARANCELARIAS													
VARIABLES	CANADA	C	R	PAISES BAJOS	C	R	ALEMANIA	C	R	FRANCIA	C	R	%
IMPUESTO AD VALOREM	0%	5	0,5	0%	5	0,5	0%	5	0,5	0%	5	0,5	10%
IMPUESTO ESPECÍFICO	NO APLICA			NO APLICA			NO APLICA			NO APLICA			
MEDIDAS NO ARANCELARIAS													
VARIABLES	CANADA	C	R	PAISES BAJOS	C	R	ALEMANIA	C	R	FRANCIA	C	R	%
RESTRICCIONES SANITARIAS RESTRICCIONES FITOSANITARIAS	En base al TLC: VVBB: Colombia ICA e INVIMA y Canada: VVBB Canadian Food Inspection Agency (CFIA), tambien Inspecciones de Agricultura y Agri-Food Canadá (AAFC),Aplica norma fitosanitaria NIMF-15 para estibas de madera.			De acuerdo al Acuerdo comercial colombia-Union europea, existe un comité que regula las medidas sanitarias y fitosanitarias formado por COL: ICA - INVIMA Y UE : Ministerio de agricultura, bosques y pesca. Aplica norma fitosanitaria NIMF-15 para estibas de madera.			De acuerdo al Acuerdo comercial colombia- Union europea, existe un comité que regula las medidas sanitarias y fitosanitarias formado por COL: ICA - INVIMA Y UE : Ministerio de agricultura, bosques y pesca. Aplica norma fitosanitaria NIMF-15 para estibas de madera.			De acuerdo al Acuerdo comercial colombia- Union europea, existe un comité que regula las medidas sanitarias y fitosanitarias formado por COL: ICA - INVIMA Y UE : Ministerio de agricultura, bosques y pesca. Aplica norma fitosanitaria NIMF-15 para estibas de madera.			
	Documentos de:Conocimiento de embarque o carta de transporte aéreo Factura pro-forma Factura comercial Certificado de origen: la Aduana canadiense exige un certificado de origen para establecer el origen			Requisito de trazabilidad: Los alimentos como el café deben cumplir con legislacion alimentaria especifica donde el importador final debe ser capaz de localizar sus productos e identificar de donde proceden. Los alimentos deben cumplir con las normas de seguridad alimentaria de la UE y respetar las cantidades minimas de contaminantes permitidas por el producto. No			Requisito de trazabilidad: Los alimentos como el café deben cumplir con legislacion alimentaria especifica donde el importador final debe ser capaz de localizar sus productos e identificar de donde proceden. Los alimentos deben cumplir con las normas de seguridad alimentaria de la UE y respetar las cantidades minimas de contaminantes permitidas por el producto. No esta permitido			Requisito de trazabilidad: Los alimentos como el café deben cumplir con legislacion alimentaria especifica donde el importador final debe ser capaz de localizar sus productos e identificar de donde proceden. Los alimentos deben cumplir con las normas de seguridad alimentaria de la UE y respetar las cantidades minimas de contaminantes permitidas por el producto. No esta permitido			

5.6.2 Inversiones Agropecuarias HBO

Con el apoyo de los pasantes Juan Rodríguez y Martín Renoga se adelantaron las consultorías e investigaciones pertinentes. La labor incluyó contextualización y desarrollo de la investigación para exportar café especial al mercado americano, barreras arancelarias y no arancelarias, medios de transporte, unitarización y adicional a las fases se realizó un análisis de marketing digital.

Figura 27. *Matriz de selección de mercados Inversiones Agropecuarias HBO*

Producto	Café tostado sin descafeinar: Molido y Grano												
Partida	901211000												
PONDERACION (0-5)		**PAISES A EVALUAR**											
	Valor	**ESTADOS UNIDOS**		**CANADÁ**		**JAPÓN**		**BÉLGICA**		**ALEMANIA**		**ESPAÑA**	
ESTABILIDAD POLITICA	**20%**	Puntuación		Puntuación		Puntuación		Puntuación					
ACUERDO PREFERENCIAL	15%	0,75	Tratado de Libre Comercio	0,75	Tratado de Libre	0,75	Acuerdo de Asociación	0,75	TLC entre Colombia y	0,75	TLC entre Colombia y Union	0,75	TLC entre Colombia y Union
IMPUESTOS	5%	0,25	Gravamen: 0% IVA: 5%	0,25	Gravamen: 0% IVA: 5%	0,1	Gravamen: 15% IVA: 5%	0,25	Gravamen: 0% IVA:	0,25	Gravamen: 0% IVA: 5%	0,25	Gravamen: 0% IVA: 5%
ENTORNO ECONOMICO	**12%**	Puntuación		Puntuación		Puntuación		Puntuación		Puntuación		Puntuación	
PIB (Millones USD)	3%	0,15	21.374.418,88	0,09	1.736.425,63	0,12	5.081.769,54	0,06	529.606,71	0,12	3.845.630,03	0,09	1.394.116,31
CRECIMIENTO PIB (TRIMESTRE)	2%	0,06	Aumenta un 7,4%	0,08	Aumenta un 10%	0,04	Bajó un 7,4%	0,08	Aumenta un 10,7%	0,06	Aumenta un 8,2%	0,1	Aumenta un 16,7%
PIB PER CAPITA	4%	0,2	65.118,4	0,12	46.194,7	0,12	40.246,9	0,16	46.116,7	0,16	46.258,9	0,08	29.613,7
INFLACION ANUAL	2%	0,06	1,80%	0,06	1,90%	0,10	0,50%	0,06	1,40%	0,08	1,40%	0,08	0,70%
TIPO DE CAMBIO	1%	0,04	USD	0,03	CAD	0,03	JPY	0,04	EUR	0,04	EUR	0,04	EUR
TAMAÑO DE MERCADO	**55%**	Puntuación		Puntuación		Puntuación		Puntuación		Puntuación		Puntuación	
POTENCIAL TAMAÑO DE MERCADO	30%	1,5	Los ingresos en el segmento de café tostado ascienden a 55.790,5 millones de dólares en 2020. Se espera que el mercado crezca anualmente un 8,5% (CAGR 2020-2025). 1.011.588 miles de USD importado en 2019	1,2	El segmento más grande del mercado es el de Café Tostado con un volumen de mercado de US $ 17,857 millones en 2020. En comparación global, la mayor parte de los ingresos se generan en Estados Unidos (67.663 millones de dólares en 2020)	1,2	El segmento más grande del mercado es el de Café Instantáneo con un volumen de mercado de US $ 22,049 millones en 2020. Los ingresos en el segmento de café tostado ascienden a US $ 7.897,1 millones en 2020. Se espera que el mercado crezca anualmente un	1,5	Los ingresos en el segmento de café tostado ascienden a US $ 2.534,7 millones en 2020. Se espera que el mercado crezca anualmente un 9,2% (CAGR 2020-2025).	1,2	Los ingresos en el segmento de café tostado ascienden a US $ 15.818,3 millones en 2020. Se espera que el mercado crezca anualmente un 5,0% (CAGR 2020-2025).	0,9	Los ingresos en el segmento de café tostado ascienden a US $ 9.039,1 millones en 2020. Se espera que el mercado crezca anualmente un 7,7% (CAGR 2020-2025).
POBLACIÓN	5%	0,15	328.000.000,00	0,15	37.590.000,00	0,25	126.500.000,00	0,15	11.484.055,00	0,20	83.020.000,00	0,15	46.940.000,00
FERIAS	5%												- Spain ExpoFair- FIGAN- FIMA AGRICOLA
COMPETENCIA	3%	0,09	Aproximadamente existen 799 empresas dedicadas a la elaboración del café en España	0,09		0,09		0,09	Aproximadamente existen 100 empresas dedicadas a la elaboración del café en España	0,09	Aproximadamente existen 1094 empresas dedicadas a la elaboración del café en España	0,09	Aproximadamente existen 578 empresas dedicadas a la elaboración del café en España
INDICE DOING BUSINESS	5%	0,25	84	0,2	79,6	0,15	78	0,15	73,95	0,15	79,7	0,15	77,2
INDICE COMEPTITIVAD	7%	0,35	83,67	0,28	79,59	0,35	82,27	0,21	76,38	0,28	81,8	0,21	75,28
LOGISTICA	**13%**	Puntuación		Puntuación		Puntuación		Puntuación		Puntuación		Puntuación	
AEREA	3,00%	0,15	12 Aerolíneas Activas	0,15	8 Aerolíneas Activas	0,15	14 Aerolíneas Activas	0,15	10 Aerolíneas Activas	0,15	16 Aerolíneas Activas	0,15	10 Aerolíneas activas
													10 Líneas Navieras Activas

5.7 Apoyo a la Cámara de Comercio de Bucaramanga en la Base de Datos de Preselección de Empresas Opcionadas al Programa Exporta Digital 2021

Bajo la dirección de Daniela Pineda ejecutiva de la Cámara de Comercio de Bucaramanga (CCB) y el acompañamiento de las practicantes del Centro de Consultoría Empresarial Dayris Pinto y Leidy Montes se apoyó en la identificación de empresas que cumplían con el mínimo de ventas para la posterior postulación al programa Exporta Digital 2021. La labor consistió en analizar una base de datos de casi 800 empresas inscritas en la CCB, su ubicación y selección.

Figura 28. *Base de datos convocatoria Exporta Digital 2021*

CASTELLANOS JUAN CARLOS	$ 8.957	Aplica	Suma de 2020	Anotaciones
PEREZ DE RODRIGUEZ LUCY DEL CARMEN	$ 8.591	NO	$ 36.000.000	
TRADING WORLD ELITE S.A.S.	$ 8.429	NO		No está registrada en Santander
ROMERO SANCHEZ YAQUELINE	$ 8.330	NO	$ -	
OPERADOR LOGISTICO & FERIAL INTERNACIONAL SAS	$ 8.160	NO		No está registrada en Santander
GOMEZ ROMAN LUZ YOLANDA	$ 8.098	NO	$ 609.092.788	
JAIMES ESPINDOLA OMAIRA	$ 8.092	NO	$ -	
IMPORTADORES RETENES Y RODILLOS S.A.S.	$ 7.861	SI	$ 1.509.952.961	
MEJIA ARANGO ILIANA MARIA	$ 7.858	NO	$ 811.135.000	
CONFECCIONES MLG GROUP S.A.S	$ 7.778	NO	$ 10.000.000	
JACOB'S PRODUCTS S.A.	$ 7.765	SI	$ 4.174.156.000	
UFEX S.A. - EN LIQUIDACION	$ 7.505	NO	$ -	
POLANIA BURGOS HOLMAN ALBERTO	$ 7.488	NO	$ 42.000.000	
VILLABONA BUENO FELIX	$ 7.477	NO	$ -	
C.I. COLORS OF NATURE S.A.S	$ 7.157	SI	$ 2.683.749.667	
INDARS S.A.S.	$ 6.915	SI	$ 1.044.139.000	
ILLIONAS S.A.S	$ 6.890	SI	$ 1.015.794.866	
SIGMA S.A.S	$ 6.758	SI	$ 9.639.244.627	
CATTLEYA FRUITS S.A.S.	$ 6.688	NO	$ 403.523.107	
SUAREZ ARDILA MARTHA ELENA	$ 6.646	NO	$ 4.000.000	
TOLOZA JIMENEZ LAURA JULIANA	$ 6.626	NO	$ -	
ROXANA SHOES S A S	$ 6.602	NO	$ 250.513.093	
BUSCARROS S A S	$ 6.500	NO	$ -	SAS
NAVARRO URIBE HERNANDO	$ 6.112	SI	$ 1.223.202.709	
CONFECCIONES MARACUARIO LTDA	$ 5.986	NO	$ 44.520.219	

5.8 Apoyo e Investigación a la Entidad Invest in Santander Referente a las Oportunidades de Inversión Extranjera Directa en el País Mediante la Plataforma Orbis Crossborder Investment

Bajo la coordinación del consultor Carlos Pinto y el apoyo del practicante Manuel Barraza se adelantaron trabajos de investigación relacionados con las oportunidades de los sectores y subsectores santandereanos en la obtención de inversión extranjera directa (IED). Mediante la herramienta Orbis Crossborder Investmen, la cuál fue facilitada por la entidad Invest in Santander, se pudieron lograr acercamientos en temas investigativos de interés para la entidad, ya que se pudo ubicar mediante matrices de potencialidades los sectores y subsectores que representaban mayor potencial. Entre la información que se pudo sustraer se encontraban: número de proyectos confirmados y rumoreados, capital de inversión, países de origen y destino de dichas inversiones.

Figura 29. *Matriz de potencialidades de IED de los sectores santandereanos para Invest in Santander*

	SECTORES	Número Proyectos Confirmados (ultimos 5 años)	C	Capital Inversión USD (gasto de capital y valor del trato)	C	País Origen	C	País Destino	C	Número Proyectos Rumoreados (ultimos 3 años)	C	País Or
INVEST IN SANTANDER	Agriculture, Horticulture & Livestock	402		$19.832.770.000,00		USA (40) Canada (34) Singapore (26) Netherlands (25) UK (23)		Indonesia (31) Germany (28) UK (27) Ukraine (23) USA (21)		143		USA (18) (16) China Singapore (1 (7)
	Chemicals, Petroleum, Rubber & Plastic	3.642		$822.418.320.000,00		USA (616) Germany (377) UK (242) Japan (216) Switzerland (208)		Germany (489) USA (451) China (257) UK (205) Spain (131)		720		USA (127) (66) Jap India (51) (50)
	Transport, Freight & Storage	4.686		$368.095.150.000,00		USA (845) Germany (549) UK (304) France (287) Netherlands (269)		Germany (623) USA (407) UK (285) Spain (219) China (199)		676		USA (107) (69) China UK (43) (36)
	Travel, Personal & Leisure	3.878		$203.059.070.000,00		USA (1040) UK (381) France (305) Spain (241) Germany (179)		UK (312) China (267) Spain (254) USA (194) Germany (161)		1539		USA (358) (168) (108) Fra China (80)
	Biotechnology and Life Sciences	2.602		$202.212.900.000,00		USA (659) China (228) Germany (203) Switzerland (187) Japan (169)		Germany (505) USA (400) China (240) UK (165) India (147)		322		USA (61) Chi UK(33) Japar Germany(12
						USA (2562) UK (1750) Germany		USA (1476)				

Figura 30. *Matriz de potencialidades de IED de los subsectores santandereanos para Invest in Santander*

Cadena	Sector	Subsector	Referencia de búsqueda	BvD sectors					
				Número de proyectos (últimos 5 años)	Capital de inversión Mill USD	País origen	País destino	País destino Latinoamerica y el Caribe	Núme (últ
Agroalimentos	Avícola	Avícola	BvD: 1012 - Agriculture, Horticulture & Livestock / Poultry & Aviculture. NAICS 2017: 1123 - Poultry and Egg Production. US SIC: 025 - Poultry and eggs. NACE Rev2.: 0147 - Raising of poultry	24	$1.503	Germany(4) Cyprus(3) Netherlands(3) Austria(2) Hong Kong S.A.R(2)	EEUU(4) Turkey(2) Malasya(2) New Zeeland(2) Ukraine(1)	0	
	Bovino	Bovino	BvD: 1011 - Agriculture, Horticulture & Livestock / Animal Husbandry. NAICS 2017: 1121 - Cattle Ranching and Farming. US SIC: 0211 - Beef cattle feedlots 0212 - Beef cattle, except feedlots 0214 - Sheep and goats 0219 - General livestock, except dairy and poultry. NACE Rev2.: 0141 - Raising of dairy cattle 0142 - Raising of other cattle and buffaloes	34	$1.337	EEUU(10) Taiwan(6) Australia(5) UK(2) Canadá(2)	China(13) UK (4) France(3) Mexico(3) Germany(2)	0	
	Cacao y sus derivados	Cacao y sus derivados	BvD: 1018 - Agriculture, Horticulture & Livestock / Harvesting & Mowing. NAICS 2017: 111339 - Other Noncitrus Fruit Farming. US SIC: 013 - Field crops, except cash grains 019 - General farms, primarily crop 0139 - Field crops, except cash grains, not elsewhere classified. NACE Rev2.: 0125 - Growing of other tree and bush fruits and nuts 0127 - Growing of beverage crops 0129 - Growing of other perennial crops	10	$174	Jersey(2) Poland(2) Germany(2) UK(2) Turkey(1)	Romania(2) Ukraine(1) Argentina(1) UK(1) Costa Rica(1)	Argentina(1) Costa Rica(1) Mexico(1)	
	Café	Café verde	BvD: 1018 - Agriculture, Horticulture & Livestock / Harvesting & Mowing. NAICS 2017: 111339 - Other Noncitrus Fruit Farming. US SIC: 013 - Field crops, except cash grains 019 - General farms, primarily crop	10	$174	Jersey(2) Poland(2) Germany(2) UK(2)	Romania(2) Ukraine(1) Argentina(1) UK(1) Costa	Argentina(1) Costa Rica(1)	

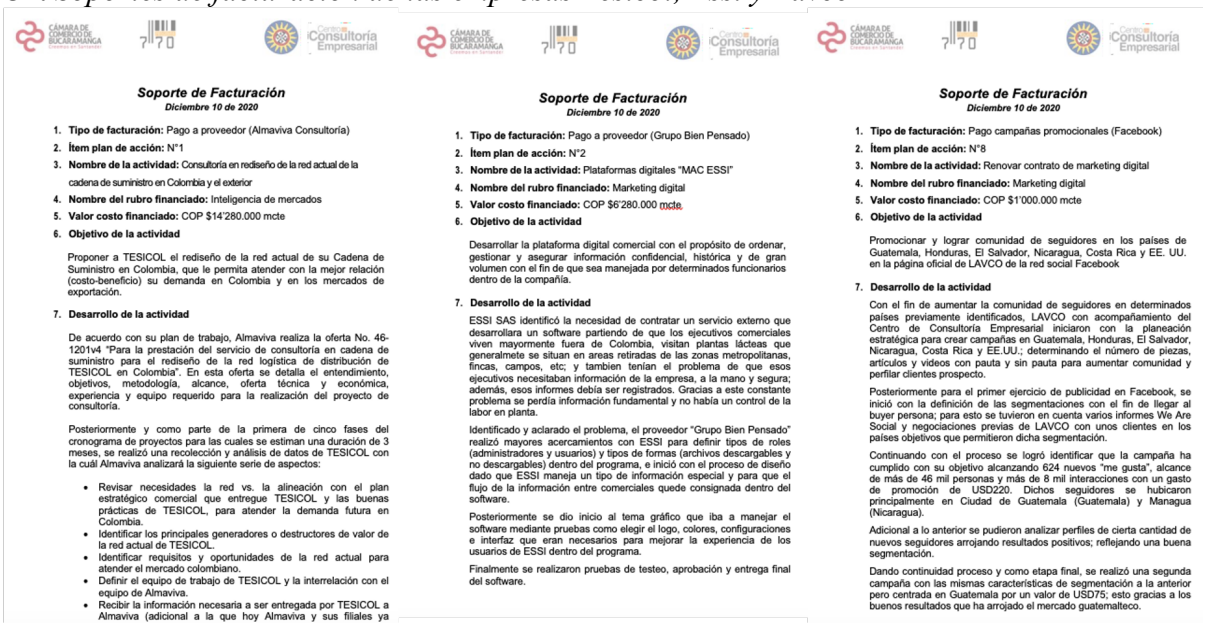
5.9 Labores Administrativas Varias

Como parte del acompañamiento a las empresas y de las funciones y deberes de los practicantes del Centro de Consultoría Empresarial, se realizaron esfuerzos en temas de agendación de citas, elaboración de actas, cuestionarios e investigaciones para las asesorías y capacitaciones brindadas por los consultores, elaboración de informes de resultados de los

programas y para la Cámara de Comercio de Bucaramanga, agenda de contacto con las entidades aliadas y empresas participantes de los programas, asistir a reuniones semanales con el equipo del Centro de Consultoría Empresarial, entre otras.

Figura 31. *Formulario de aplicación al programa Exporta Digital*

Figura 32. *Soportes de facturación de las empresas Tesicol, Essi y Lavco*



Soporte de Facturación
Diciembre 10 de 2020

1. **Tipo de facturación:** Pago a proveedor (Almaviva Consultoría)
2. **Ítem plan de acción:** N°1
3. **Nombre de la actividad:** Consultoría en rediseño de la red actual de la cadena de suministro en Colombia y el exterior
4. **Nombre del rubro financiado:** Inteligencia de mercados
5. **Valor costo financiado:** COP $14'280.000 mcte
6. **Objetivo de la actividad**

Proponer a TESICOL el rediseño de la red actual de su Cadena de Suministro en Colombia, que le permita atender con la mejor relación (costo-beneficio) su demanda en Colombia y en los mercados de exportación.

7. **Desarrollo de la actividad**

De acuerdo con su plan de trabajo, Almaviva realiza la oferta No. 46-1201v4 "Para la prestación del servicio de consultoría en cadena de suministro para el rediseño de la red logística de distribución de TESICOL en Colombia". En esta oferta se detalla el entendimiento, objetivos, metodología, alcance, oferta técnica y económica, experiencia y equipo requerido para la realización del proyecto de consultoría.

Posteriormente y como parte de la primera de cinco fases del cronograma de proyectos para las cuales se estiman una duración de 3 meses, se realizó una recolección y análisis de datos de TESICOL con la cuál Almaviva analizará la siguiente serie de aspectos:

- Revisar necesidades la red vs. la alineación con el plan estratégico comercial que entregue TESICOL y las buenas prácticas de TESICOL, para atender la demanda futura en Colombia.
- Identificar los principales generadores o destructores de valor de la red actual de TESICOL.
- Identificar requisitos y oportunidades de la red actual para atender el mercado colombiano.
- Definir el equipo de trabajo de TESICOL y la interrelación con el equipo de Almaviva.
- Recibir la información necesaria a ser entregada por TESICOL a Almaviva (adicional a la que hoy Almaviva y sus filiales ya

Soporte de Facturación
Diciembre 10 de 2020

1. **Tipo de facturación:** Pago a proveedor (Grupo Bien Pensado)
2. **Ítem plan de acción:** N°2
3. **Nombre de la actividad:** Plataformas digitales "MAC ESSI"
4. **Nombre del rubro financiado:** Marketing digital
5. **Valor costo financiado:** COP $6'280.000 mcte
6. **Objetivo de la actividad**

Desarrollar la plataforma digital comercial con el propósito de ordenar, gestionar y asegurar información confidencial, histórica y de gran volumen con el fin de que sea manejada por determinados funcionarios dentro de la compañía.

7. **Desarrollo de la actividad**

ESSI SAS identificó la necesidad de contratar un servicio externo que desarrollara un software partiendo de que los ejecutivos comerciales viven mayormente fuera de Colombia, visitan plantas lácteas que generalmete se situan en areas retiradas de las zonas metropolitanas, fincas, campos, etc; y tambien tenian el problema de que esos ejecutivos necesitaban información de la empresa, a la mano y segura; además, esos informes debía ser registrados. Gracias a este constante problema se perdía información fundamental y no había un control de la labor en planta.

Identificado y aclarado el problema, el proveedor "Grupo Bien Pensado" realizó mayores acercamientos con ESSI para definir tipos de roles (administradores y usuarios) y tipos de formas (archivos descargables y no descargables) dentro del programa, e inició con el proceso de diseño dado que ESSI maneja un tipo de información especial y para que el flujo de la información entre comerciales quede consignada dentro del software.

Posteriormente se dio inicio al tema gráfico que iba a manejar el software mediante pruebas como elegir el logo, colores, configuraciones e interfaz que eran necesarios para mejorar la experiencia de los usuarios de ESSI dentro del programa.

Finalmente se realizaron pruebas de testeo, aprobación y entrega final del software.

Soporte de Facturación
Diciembre 10 de 2020

1. **Tipo de facturación:** Pago campañas promocionales (Facebook)
2. **Ítem plan de acción:** N°8
3. **Nombre de la actividad:** Renovar contrato de marketing digital
4. **Nombre del rubro financiado:** Marketing digital
5. **Valor costo financiado:** COP $1'000.000 mcte
6. **Objetivo de la actividad**

Promocionar y lograr comunidad de seguidores en los países de Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y EE. UU. en la página oficial de LAVCO de la red social Facebook

7. **Desarrollo de la actividad**

Con el fin de aumentar la comunidad de seguidores en determinados países previamente identificados, LAVCO con acompañamiento del Centro de Consultoría Empresarial iniciaron con la planeación estratégica para crear campañas en Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y EE.UU.; determinando el número de piezas, artículos y videos con pauta y sin pauta para aumentar comunidad y perfilar clientes prospecto.

Posteriormente para el primer ejercicio de publicidad en Facebook, se inició con la definición de las segmentaciones con el fin de llegar al buyer persona; para esto se tuvieron en cuenta varios informes We Are Social y negociaciones previas de LAVCO con unos clientes en los países objetivos que permitieron dicha segmentación.

Continuando con el proceso se logró identificar que la campaña ha cumplido con su objetivo alcanzando 624 nuevos "me gusta", alcance de más de 46 mil personas y más de 8 mil interacciones con un gasto de promoción de USD220. Dichos seguidores se hubicaron principalmente en Ciudad de Guatemala (Guatemala) y Managua (Nicaragua).

Adicional a lo anterior se pudieron analizar perfiles de cierta cantidad de nuevos seguidores arrojando resultados positivos; reflejando una buena segmentación.

Dando continuidad proceso y como etapa final, se realizó una segunda campaña con las mismas características de segmentación a la anterior pero centrada en Guatemala por un valor de USD75; esto gracias a los buenos resultados que ha arrojado el mercado guatemalteco.

Figura 33. *Investigación de oportunidades en mercados internacionales para Santander*

Oportunidades en mercados internacionales para Santander

Andrés Trillos Celis

1. Panorama actual de internacionalización

GASTADOR IMPULSIVO

Consumidores orientados a los descuentos y las gangas que buscan mantenerse al día con las últimas tendencias. A menudo, buscan experiencias personalizadas y atractivas, desde vacaciones hasta servicios de compras.

55% de los Gastadores Impulsivos les gusta encontrar gangas

Opciones y hábitos de estilo de vida

"Me encanta encontrar gangas."

89% utilizan la tecnología para mejorar su vida diaria

Constituyen el 16% de la población mundial

74% buscan experiencias seleccionadas que se adapten a sus gustos

Fuente: Encuesta de estilos de vida de Euromonitor International, realizada en enero / febrero de 2020

1. Panorama actual de internacionalización

LO NUEVO EN EXPORTACIONES

I semestre 2020 - Excluyendo minero energéticas

PRODUCTOS 23,4 (Millones USD/FOB)

DESTINOS 7,9 (Millones USD/FOB)

Nuevos destinos / Nuevas oportunidades

Durante el primer semestre del año entraron nuevos productos a la canasta exportadora por valor de 23,4 millones de dólares. La actividad pecuaria tuvo la mayor exposición al mercado global, encabezada por la comercialización de bovinos. En cuanto a nuevos destinos resalta Irak con productos ganaderos, y en menor escala Namibia con maquinaria para el proceso del café.

Tendencias

HOGARES MULTIFUNCIONALES

Un espacio seguro conectado por banda ancha

Haciendo todo desde casa

Según el estudio de SPR-MARCO denominado 'Hábitos de Consumo Post COVID-19',

8 de cada 10 colombianos señalaron estar mas a gusto trabajando desde sus casas una vez pase la emergencia sanitaria. 80%

"Esto posiciona al país con el puntaje más alto, seguido de Portugal con 77%, México

6. Marco Conceptual y Normativo Utilizado para el Desarrollo de las Funciones Desempeñadas

- Normatividad Negocios Internacionales

- Reglamento de práctica empresarial de la Universidad Santo Tomás

7. Aportes

7.1 Aportes del Estudiante a la Empresa

- Elaboración de estudios de mercado para las empresas Essi, Lavco, Foscal Internacional, Comercializadora Café AAA, Inversiones Agropecuarias HBO
- Elaboración de matriz de selección de mercados para las empresas Comercializadora Café AAA e Inversiones Agropecuarias HBO
- Elaboración de matriz de potencialidades de inversión extranjera directa para la entidad Invest In Santander
- Creación de logotipos y monogramas como parte de la estrategia de rebranding
- Elaboración de matriz de auditoría de redes para la empresa Essi
- Elaboración de tabla de productos y plantilla de cotización internacional para la empresa Ami Soluciones

7.2 Aportes de la Empresa al Estudiante

El Centro de Consultoría Empresarial de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga permitió un desarrollo tanto en el ámbito personal como profesional, fue una plataforma que permitió la ampliación de mis conocimientos y dio paso a relacionamiento empresarial partiendo de manejar un ambiente laboral de la mano de colegas y profesionales que aportaron actitudes, aptitudes, aprendizajes y un sinnúmero de experiencias positivas.

El relacionamiento con empresas de diferentes sectores con diversas necesidades que permitió el CCE logró abrir la mente de una manera mas objetiva hacia la realidad de los negocios

y del mercado actual, permitió reflejar y reforzar años de aprendizaje en la academia, identificar intereses ocultos y cambiar mi manera de pensar referente a los negocios.

8. Conclusión

El periodo como practicante del Centro de Consultoría Empresarial permitió escalar un nivel más de desarrollo personal y profesional, logró captar mi atención en habilidades que no había tenido la oportunidad de explorar, demandó esfuerzos que dieron como resultado aprendizajes y experiencias, permitió un relacionamiento cada vez más amplio con diferentes personas y sobre todo mostró una realidad de los negocios en la cual como estudiantes no podemos percibir de primera mano.

9. Recomendaciones

A partir de las experiencias vividas a lo largo del periodo como practicante pude recopilar una serie de recomendaciones que podrían permitir una mayor proyección y reconocimiento del CCE:

1. Mayor articulación con la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga y aliados estratégicos.
2. Establecimiento de un organigrama que permita plasmar el orden jerárquico y muestre con mayor claridad el conducto regular.
3. Actualización de todos los documentos del perfil empresarial ajustados a la actualidad.
4. Mayor control en las horas de trabajo de cada miembro del equipo.
5. Funciones de cada integrante del equipo de trabajo.

6. Reglamento operativo.
7. Canales de comunicación propios.
8. Contratación de personal capacitado que se ajuste a las demandas actuales del mercado.
9. Estructuración del programa de pasantías para estudiantes.
10. Mayor control en el seguimiento de los programas con las empresas.

Referencias

Bureau Van Dijk. (s.f.). Orbis Crossborder Investment: Bureau Van Dijk. Obtenido de Sitio Web de Bureau Van Dijk: https://www.bvdinfo.com/es-es/nuestros-productos/datos/economic-and-ma/orbis-crossborder-investment

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (s.f.). 770: Cámara de Comercio de Bucaramanga. Obtenido de Sitio Web de la Cámara de Comercio de Bucaramanga: https://www.camaradirecta.com/fortalecer-mi-empresa/internacionalizacin/7-70/

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (s.f.). Página de inicio: Cámara de Comercio de Bucaramanga. Obtenido de Sitio Web de la Cámara de Comercio de Bucaramanga: https://www.camaradirecta.com

Centro de Consultoría Empresarial. (2020). Carpeta Actas. Colombia.

Centro de Consultoría Empresarial. (s.f.). Centro de Consultoría Empresarial. Obtenido de Sitio Web de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga: http://rsu.ustabuca.edu.co/index.php/inicio-consultoria-empresarial

Centro Surcolombiano de Investigación en Café. (2020). Post de Facebook: Centro Surcolombiano de Investigación en Café. Obtenido de Perfil de Facebook del Centro Surcolombiano de Investigación en Café: https://www.facebook.com/centrosurcolombianodeinvestigacionencafe/posts/1575587589287205/

Invest in Santander. (s.f.). Servicios Empresariales: Invest in Santander. Obtenido de Sitio Web de Invest in Santander: http://www.investinsantander.co/sobre-invest-in-santander/servicios-empresariales-invest-in-santander/

Kiziryan, M. (2015). Importación: Economipedia. Obtenido de Sitio Web de Economipedia: https://economipedia.com/definiciones/importacion.html

Mil seiscientos ochenta y ocho. (s.f.). Página de inicio: 1688. Obtenido de Sitio web de 1688: https://www.1688.com/

Nirian, P. O. (2020). Consultoría empresarial: Economipedia. Obtenido de Sitio Web de Economipedia: https://economipedia.com/definiciones/consultoria-empresarial.html

Oca, J. M. (2015). Exportación: Economipedia. Obtenido de Sitio Web de Economipedia: https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html

Quiroa, M. (2019). Mercado: Economipedia. Obtenido de Sitio Web de Economipedia: https://economipedia.com/definiciones/mercado.html

Trillos, A. (2020). Formulario de Aplicación Programa EXPORTA DIGITAL. Bucaramanga, Santander, Colombia.

Universidad Santo Tomás. (2018). Estatuto Orgánico. Bogotá: Ediciones USTA.

Universidad Santo Tomás. (s.f.). Organigrama General. Obtenido de Sitio Web de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga: http://apolo.ustabuca.edu.co/index.php/nuestra-institucion/organigrama-general

Universidad Santo Tomás. (s.f.). Organigrama Seccional Bucaramanga. Obtenido de Sitio Web de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga: http://apolo.ustabuca.edu.co/index.php/nuestra-institucion/organigrama-sede-principal

Universidad Santo Tomás. (s.f.). Presentación. Obtenido de Sitio Web de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga: https://www.usta.edu.co/#visión-institucional