

**Informe final práctica empresarial llevada a cabo en CI Gran Caribe Grupo Empresarial  
S.A.S**

**Cristian Yessit Medina Vanegas**

**Trabajo de grado para optar por el título de Profesional en Negocios Internacionales**

**Director**

**Henry Giovanni Moran Cuan**

**Magister en Administración de Empresas**

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

**División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables**

**Negocios Internacionales**

**2024**

### **Dedicatoria**

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han sido parte fundamental de mi trayectoria académica y profesional, y que han contribuido de manera significativa en mi proceso de culminación de la carrera. Y principalmente a mi familia, por su apoyo incondicional, por brindarme amor, comprensión y por alentarme en cada paso de mi camino hacia el logro de mis metas.

### **Agradecimientos**

Deseo expresar mi agradecimiento a todas las personas que han hecho posible la realización de este trabajo. Sus contribuciones, apoyo y guía han sido fundamentales para alcanzar los resultados presentados.

Agradezco a mis profesores y mentores por compartir sus conocimientos y experiencias, y por su dedicación en mi formación académica.

## Contenido

1. Informe Empresarial: CI Gran Caribe Grupo Empresarial	11
1.1. Planteamiento del problema	11
1.2. Justificación	12
1.3. Objetivos de la práctica (general y específicos)	13
1.3.1. Objetivo general	13
1.3.2. Objetivos específicos	13
2. Perfil de la empresa	14
2.1. Razón social de la empresa	14
2.2. Logo de la empresa	14
2.3. Objeto social de la empresa	14
2.4. Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa.	16
2.5. Misión de la empresa	16
2.6. Visión de la empresa	17
2.7. Estructura organizacional	17
2.8. Portafolio de productos y/o servicios de la empresa	18
3. Cargo desempeñado	18
3.1. Funciones asignadas	18
3.1.1. Realizar análisis de mercado para cuestionar la viabilidad de los negocios	19
3.1.2. Estudiar la competencia para entender las fortalezas y debilidades de otros actores en el mercado	20
3.1.3. Analizar las tendencias en cuanto a la exportación de Colombia en el sector agrícola	

3.1.4. Ofrecer apoyo en la traducción de información durante las reuniones corporativas de la empresa	22
3.1.5. Verificar y suministrar documentos solicitados por el puerto sobre las personas y los vehículos ingresados	23
3.1.6. Contribuir en el diseño de piezas informativas sobre eventos que destaquen en la empresa	25
4. Marco referencial	26
5. Aportes	28
5.1. Aportes del estudiante a Gran Caribe	28
5.2. Aportes de Gran Caribe al Estudiante.	28
6. Conclusiones	29
7. Recomendaciones	30
Referencias	31

**Lista de figuras**

<b>Figura 1.</b> <i>Logo CI Gran Caribe Grupo Empresarial S.A S</i>	14
<b>Figura 2.</b> <i>Organigrama de la empresa</i>	17
<b>Figura 3.</b> <i>Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia en 2022</i>	19
<b>Figura 4.</b> <i>Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Curacao en 2022</i>	20
<b>Figura 5.</b> <i>Principales empresas exportadoras del sector</i>	21
<b>Figura 6.</b> <i>Principales paises destino de las exportaciones</i>	21
<b>Figura 7.</b> <i>Comportamiento de las exportaciones del sector Hortalizas, frutas, cereales y semillas y frutos por mes en valor FOB</i>	22
<b>Figura 8.</b> <i>Reunion Consolidar relaciones estrategicas</i>	23
<b>Figura 9.</b> <i>Reunión Ingreso personal al puerto</i>	23
<b>Figura 10.</b> <i>Evidencia practica empresarial 1</i>	24
<b>Figura 11.</b> <i>Evidencia practica empresarial 2</i>	24
<b>Figura 12.</b> <i>Evidencia practica empresarial 3</i>	24
<b>Figura 13.</b> <i>Evidencia practica empresarial 4</i>	25
<b>Figura 14.</b> <i>Conversatorio Gestion de agronegocios entre Curazao y La Guajira</i>	25
<b>Figura 15.</b> <i>Misión agro empresarial 2023</i>	26

### **Resumen**

Gran Caribe Grupo Empresarial es una empresa en la comercialización y venta de productos colombianos a nivel nacional e internacional. Su objeto social se centra en la promoción y comercialización de productos del sector agroindustrial y agropecuario, así como en la prestación de servicios de colaboración empresarial en diversos sectores.

En el marco de su compromiso con el desarrollo y crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, Gran Caribe Grupo Empresarial brinda un espacio para que los estudiantes realicen sus prácticas en la empresa. En este contexto, destaco mi participación desempeñando el rol de coordinador logístico que durante el periodo de prácticas he realizado importantes aportes ayudando a un mejor desarrollo para la empresa.

Este informe presenta una contextualización detallada de los aspectos internos y externos de Gran Caribe Grupo Empresarial, así como las funciones desempeñadas en dicho cargo. Además, se resalta la importancia de la innovación y los aportes realizados por el estudiante, demostrando la capacidad para diferenciarse y contribuir de manera significativa en el ámbito laboral.

*Palabras clave:* comercialización, venta, productos colombianos, sector agroindustrial, agropecuario, colaboración empresarial

### **Abstract**

Gran Caribe Grupo Empresarial is a leading company in the marketing and sale of Colombian products at the national and international level. Its purpose is focused on promoting and commercializing products in the agro-industrial and agricultural sectors, as well as providing collaborative business services in various sectors.

As part of its commitment to the development and growth of small and medium-sized enterprises, Gran Caribe Grupo Empresarial provides an opportunity for students to undertake their internships at the company. In this context, I highlight my participation as a logistics coordinator, where I have made significant contributions by optimizing the logistics processes during the internship period.

This report provides a detailed contextualization of both the internal and external aspects of Gran Caribe Grupo Empresarial, as well as the functions performed as a logistics coordinator. Furthermore, it emphasizes the importance of innovation and the contributions made by the student, demonstrating the ability to stand out and make a significant contribution in the workplace.

*Keywords:* marketing, sale, Colombian products, agro-industrial sector, agricultural, business collaboration

## Glosario

*Alianzas estratégicas:* acuerdos o colaboraciones entre empresas u organizaciones con el objetivo de aprovechar sinergias, compartir recursos y alcanzar objetivos comunes.

*Competitividad:* la capacidad de una empresa, industria o país para competir y sobresalir en un mercado, ofreciendo productos o servicios que satisfacen las necesidades del cliente de manera más eficiente o diferenciada que los competidores.

*Contextualización:* proceso de situar algo en su contexto o marco de referencia adecuado, considerando los factores y circunstancias que lo rodean.

*Innovación:* introducción de novedades o mejoras en productos, servicios, procesos o modelos de negocio, con el objetivo de generar valor y obtener ventajas competitivas.

*Intercambio comercial:* la compra y venta de bienes y servicios entre diferentes países o regiones, generalmente a través de importaciones y exportaciones.

*Logística inversa:* gestión de los procesos logísticos relacionados con la devolución, reciclaje o disposición adecuada de los productos, especialmente en el caso de devoluciones o productos obsoletos.

*Mercado laboral:* el conjunto de demandantes y oferentes de empleo, es decir, las empresas y los trabajadores que interactúan en la contratación y la oferta de trabajo.

*Risk Management:* gestión de riesgos. Se refiere al análisis y evaluación de los riesgos asociados a una empresa o actividad, así como a la implementación de estrategias para minimizar o mitigar esos riesgos.

*Sistematización:* proceso de organizar, estructurar y documentar de manera sistemática los procesos, procedimientos o actividades de una empresa u organización, con el fin de mejorar

la eficiencia y la eficacia en su realización.

### **Introducción**

El presente trabajo tiene como objetivo principal, analizar y describir las prácticas empresariales llevadas a cabo en el rol de practicante como coordinador logístico en la empresa Gran Caribe Grupo Empresarial. Durante el periodo de prácticas en esta compañía, se tuvo la oportunidad de adquirir una valiosa experiencia y participar activamente en diversas actividades relacionadas con la coordinación logística.

En este informe, se abordará en detalle el contexto de la empresa, incluyendo su objeto social, misión y visión, los cuales se centran en la comercialización y venta de productos colombianos al exterior, así como en la generación de oportunidades comerciales y alianzas estratégicas.

De igual manera, se describirán las funciones y responsabilidades desempeñadas en cuanto al rol, destacando la importancia de la gestión de la información, la coordinación de actividades y la implementación de estrategias para asegurar la eficacia en diversos procedimientos.

## **1. Informe Empresarial: CI Gran Caribe Grupo Empresarial**

### **1.1. Planteamiento del problema**

El estudio de mercadeo entre muchas funciones tiene en una empresa la vital importancia de ayudar a reconocer la necesidad de cada cliente, los competidores y la exportación que tienen los productos que brindan. A nivel mundial Clayton M. Christensen (1997) nos plantea en su libro “el dilema del innovador” que las empresas que no comprenden las necesidades cambiantes de los clientes pueden enfrentar dificultades en la innovación y la adaptación al mercado, convirtiéndose así prisioneros de sus clientes y permitiendo a las empresas entrantes adsorber parte de su mercado. Por consiguiente, la omisión de realizar un estudio de mercado puede tener diversas consecuencias negativas para una empresa, tales como, esta carecerá de información esencial sobre las tendencias del mercado, el comportamiento del consumidor y la competencia. Esta falta de conocimiento puede llevar a decisiones estratégicas incorrectas o subóptimas.

Por lo tanto, la comprensión de las necesidades y deseos del cliente es esencial para el éxito empresarial. Sin un estudio de mercado, la empresa puede perder la oportunidad de adaptar sus productos o servicios de manera efectiva a las demandas del mercado, lo que podría afectar la satisfacción del cliente. La falta de investigación de mercado aumenta el riesgo de desarrollar productos o servicios que no tienen demanda en el mercado. Esto puede resultar en inversiones y recursos mal dirigidos. Así mismo Reichheld, en “The Loyalty Effect” destaca que “Si una empresa no conoce a sus clientes ni comprende sus necesidades, puede enfrentar una serie de desafíos que afectarán su rendimiento y sostenibilidad a largo plazo” por esta razón, sin

conocimiento del cliente, la empresa puede ofrecer productos o servicios que no son relevantes para sus clientes potenciales. Esto puede resultar en una falta de interés por parte del mercado y en la pérdida de oportunidades comerciales.

La falta de comprensión de las necesidades del cliente puede llevar a productos o servicios que no cumplen con las expectativas. La insatisfacción del cliente puede generar críticas negativas, disminuir la lealtad y afectar la reputación de la empresa.

## **1.2. Justificación**

El presente estudio contribuye a la identificación de un análisis del mercadeo dirigida a la exportación y el mantenimiento de buenas relaciones con los clientes, siendo esto uno de los factores fundamentales para el éxito y la sostenibilidad de cualquier negocio.

Por esta razón un análisis de mercadeo es esencial debido a que proporciona información crítica sobre el mercado, los competidores y los consumidores. Permite a la empresa comprender las tendencias del mercado, identificar oportunidades y amenazas, y tomar decisiones estratégicas fundamentadas. Al analizar datos demográficos, comportamientos de compra y preferencias del consumidor, el análisis de mercadeo ayuda a adaptar productos, servicios y estrategias de comunicación para satisfacer las necesidades del mercado objetivo. Además, contribuye a la asignación eficiente de recursos, la maximización del retorno de inversión y la construcción de relaciones sólidas con los clientes. En un entorno empresarial dinámico, el análisis de mercadeo se convierte en una herramienta clave para la toma de decisiones informadas, la innovación y la competitividad, asegurando el éxito a largo plazo de la empresa en un mercado en constante evolución.

Por consiguiente, este enfoque proactivo no solo optimiza la eficiencia operativa, sino

que también minimiza posibles inconvenientes legales o logísticos; dicho de otro modo, la importancia de conocer el mercado antes de exportar radica en la capacidad de aprovechar oportunidades, minimizar riesgos y establecer estrategias adaptadas a las dinámicas específicas de cada destino, factores cruciales para el éxito sostenible en el comercio internacional.

Así mismo Conocer a fondo a los clientes y cultivar relaciones sólidas con ellos es crucial para el éxito empresarial, sobre todo entender las necesidades, preferencias y comportamientos de los clientes permite adaptar productos o servicios, mejorar la experiencia del cliente y diseñar estrategias de marketing más efectivas; Además, mantener buenas relaciones con los clientes no solo promueve la fidelización, sino que también genera una base de clientes leales que están más dispuestos a recomendar la marca a otros. La construcción de relaciones positivas contribuye a la reputación de la empresa, fortalece la confianza del cliente y, en última instancia, impulsa el crecimiento a través de la retención y la captación continua de clientes satisfechos.

### **1.3. Objetivos de la práctica (general y específicos)**

#### ***1.3.1. Objetivo general***

Estudiar el mercado para las exportaciones y el fortalecimiento de las relaciones comerciales de Gran Caribe Grupo Empresarial S.A.S

#### ***1.3.2. Objetivos específicos***

Implementar estrategias de segmentación de mercado específicas para la empresa.

Identificar otros productos potenciales a exportar.

Mantener relaciones comerciales efectivas con proveedores, clientes y otras partes

interesadas para asegurar la continuidad y el éxito a largo plazo de los negocios internacionales de la empresa.

## 2. Perfil de la empresa

### 2.1. Razón social de la empresa

CI GRAN CARIBE GRUPO EMPRESARIAL S.A.S

### 2.2. Logo de la empresa

**Figura 1.** *Logo CI Gran Caribe Grupo Empresarial S.A S*



Adaptado de CI Gran Caribe Grupo Empresarial (2023)

### 2.3. Objeto social de la empresa

La sociedad tendrá como objeto principal: la comercialización y venta de productos colombianos al exterior, adquiridos en el mercado interno o fabricados por productores socios de estas, particularmente orientando sus actividades a la promoción y comercialización de productos nacionales en el mercado internacional. por ende, la sociedad podrá realizar las siguientes actividades, tanto en territorio nacional como extranjero: a) la comercialización al por mayor o al

por menor en el mercado interno y externo de productos del sector agroindustrial y agropecuario, y de cualesquiera otros productos destinados al consumo, en una gran variedad de presentaciones, incluyendo las importaciones de bienes e insumos para abastecer el mercado interno, o para transformarlos y exportarlos. b) la prestación de servicios de colaboración empresarial de todo tipo para la comercialización de productos y servicios de los sectores antes mencionados, y de otros sectores de la economía nacional e internacional, mediante la conclusión de los oportunos acuerdos con las compañías habilitadas para el suministro y distribución de todos estos productos y servicios. Dicha colaboración incluirá en todo caso y en la medida permitida por la legislación aplicable la comercialización de los referidos productos y servicios. c) la realización de actividades relacionadas con la comercialización y/o la venta a través de internet o cualesquiera medios telemáticos de toda clase de productos y servicios de lícito comercio, y en especial de aquellos productos de los sectores agroindustriales y agropecuarios para alimentación y la industria; también, productos del hogar y pequeños electrodomésticos, productos multimedia, informáticos, artículos de telefonía y productos de imagen o sonido, así como -la. prestación de toda clase de servicios a través de internet o cualesquiera otros medios telemáticos, d) la realización y organización de actividades relacionadas con el sector del turismo, ecoturismo y culturales con la comercialización tanto mayoristas como minoristas de productos y servicios, en asocio con agencias de viajes, tanto nacionales como internacionales. e) las actividades de compra, venta y distribución, tanto al por mayor como al por menor de productos y servicios relacionados con los sectores energéticos, tales como la comercialización de productos carburantes y combustibles líquidos y sólidos, de productos y servicios relacionados con la generación y distribución de las energías alternativas. f) la dirección, coordinación, asesoramiento y apoyo a sociedades participadas o aquellas

sociedades con las que colabore en virtud de relaciones contractuales como contratos de franquicia y similares. g) la realización de actividades de depósito y almacenaje de toda clase de mercancías y productos, tanto para la sociedad como para otras empresas. h) celebración de contratos de sociedad y toma de intereses o participación en sociedades o empresas nacionales o extranjeras que tengan un objetivo similar. i) podrá adquirir, enajenar, dar o tomar en arrendamiento, grabar en cualquier forma o pignorar bienes muebles o inmuebles en general todo los actos y operaciones civiles o de comercio, accesorios o complementarios que sean necesarios a convenientes para el logro de los fines que la sociedad persigue y en alguna forma están relacionados con el objeto social. j) la sociedad podrá llevar a cabo, en general, ya sea de forma directa o indirecta, todas las operaciones y actividades, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad, mediante la titularidad de acciones o de participaciones en sociedades con objeto idéntico o análogo, o mediante cualesquiera otras fórmulas admitidas en derecho. así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

#### **2.4. Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa.**

Calle 15 # 12B - 50, piso 2

44001 - Riohacha, La Guajira

3002405352

Clara Judith Medina Lozano

cmedina@grancaribemalecon.com.co

## 2.5. Misión de la empresa

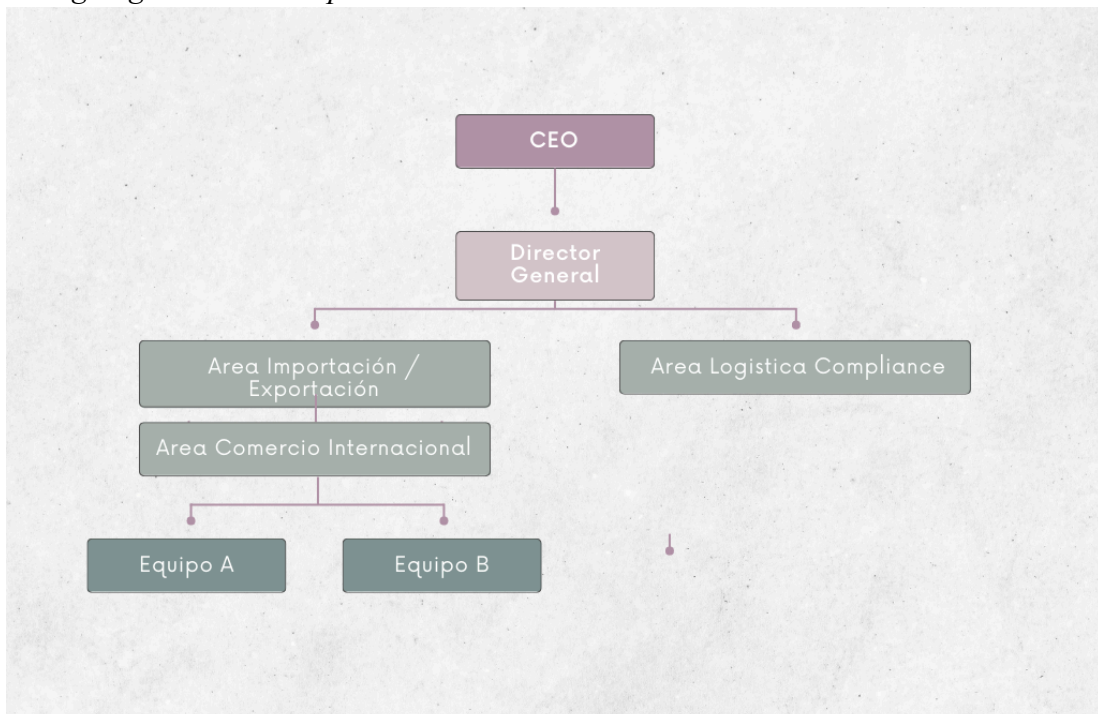
Nuestra misión es velar por la promoción, desarrollo y crecimiento de pequeñas y medianas empresas del sector Agrícolas Artesanías, turismo y cultura, buscando un intercambio comercial, la generación de nuevas oportunidades de negocios y alianzas estratégicas.

## 2.6. Visión de la empresa

Ser una empresa líder en generación de oportunidades comerciales entre Colombia y los países bajos, creando plataformas de distribución consolidada, eficaz que faciliten toda la operación de negocios y velen por el cumplimiento, desarrollo y crecimiento de nuestros empresarios.

## 2.7. Estructura organizacional

**Figura 2.** Organigrama de la empresa



Este organigrama muestra los departamentos clave de una empresa exportadora e importadora, que incluyen exportación, importación, comercio internacional y logística. El CEO supervisa todos los departamentos y está en la cima de la estructura organizacional. El departamento de exportación y el departamento de importación se encargan de las operaciones correspondientes y están divididos en sub-equipos para mejorar la eficiencia y la efectividad. El departamento de comercio internacional se encarga de las negociaciones comerciales con clientes y proveedores internacionales. La logística se encarga de planificar y monitorear el transporte y la entrega de productos importados y exportados. (Aporte del estudiante a la empresa)

### **2.8. Portafolio de productos y/o servicios de la empresa**

- Línea ferretería agrícola
- Línea de sanidad animal
- Línea de maquinaria agrícola
- Línea productos agrícolas
- Línea de semillas
- Línea de fertilizantes y hervicidas
- Línea de comercialización y suministro de equipos y elementos tecnológicos mantenimiento y reparación de equipos de cómputo y redes
- Suministro e instalación de sistemas de energías renovables

### **3. Cargo desempeñado**

Practicante coordinador logístico.

### **3.1. Funciones asignadas**

Durante las prácticas realizadas en Gran Caribe Grupo Empresarial se asumieron distintas funciones que fueron clave en mi experiencia y desenvolvimiento. Entre ellas, destacan:

#### ***3.1.1. Realizar análisis de mercado para cuestionar la viabilidad de los negocios***

Se llevó a cabo un análisis de mercado por medio de Trade Map con el objetivo de cuestionar la viabilidad de las operaciones comerciales. Este estudio se centró en los principales países que Curacao importa y aquellos a los que Colombia exporta. Al explorar las tendencias del mercado y comprender las dinámicas comerciales entre estos países, se pudo obtener un panorama claro de las oportunidades que se presentan para la empresa en su camino hacia la exportación a Curacao. Este enfoque no solo respaldó la toma de decisiones informada, sino que también sentó las bases para una expansión comercial exitosa y sostenible.

**Figura 3.** *Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia en 2022*












**Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia en 2022**   
**Producto: 0811 Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incl. con adición de ...**   
 Las exportaciones de Colombia representan 0,1% de las exportaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las exportaciones mundiales es 51  
 La distancia media de los países importadores es 5560 km y la concentración de las exportaciones es de 0,41

Tabla		Gráfico		Mapa		Empresas		Datos IED		Datos arancelarios		Normas voluntarias			
Comercio bilateral		Seleccione sus indicadores													
Importadores	Valor exportado en 2022 (miles de USD)	Saldo comercial en 2022 (miles de USD)	Participación de las exportaciones para Colombia (%)	Cantidad exportada en 2022	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2018-2022 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades exportada entre 2018-2022 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2021-2022 (% p.a.)	Posición relativa del país socio en las importaciones mundiales	Participación de los países socios en las importaciones mundiales (%)	Tasa de crecimiento de las importaciones totales del país socio entre 2018-2022 (% p.a.)	Distancia media entre los países socios y todos los mercados proveedores (km)	Concentración de las proveedores de los países socios	Arancel medio (estimado) enfrentado por Colombia
Mundo	7.344	6.228	100	2.682	Toneladas	2.738	22	20	28		100	14			
 Estados Unidos de América	4.595	4.048	62,6	1.521	Toneladas	3.021	28	36	51	1	20	21	4.792	0,15	<a href="#">Q</a>
 México	546	526	7,4	188	Toneladas	2.904	31	33	110	31	0,3	2	4.535	0,3	<a href="#">Q</a>
 España	529	529	7,2	221	Toneladas	2.394	11	14	-27	18	1,2	7	2.287	0,14	<a href="#">Q</a>
 Australia	431	431	5,9	202	Toneladas	2.134	28	29	46	11	2,5	10	12.125	0,14	<a href="#">Q</a>
 Bélgica	357	211	4,9	98	Toneladas	3.643	618	23	-22	6	4,2	10	2.744	0,1	<a href="#">Q</a>
 Reino Unido	191	191	2,6	60	Toneladas	3.183	150	164	109	10	3	5	3.880	0,1	<a href="#">Q</a>

Adaptado de Trade Map (2022)

**Figura 4. Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Curacao en 2022**

**Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Curacao en 2022 (Espejo)**  
**Producto: 0811 Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incl. con adición de ...**   
 Las importaciones de Curacao representan 0% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es 105

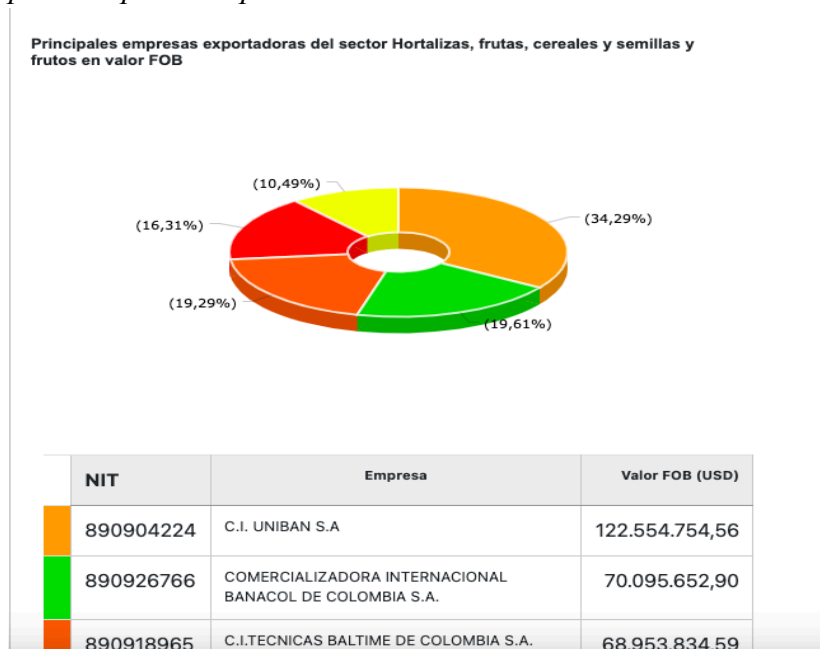
Tabla		Gráfico		Mapa		Empresas		Datos IED		Datos arancelarios		Normas voluntarias			
Comercio bilateral		Seleccione sus indicadores													
Exportadores	Valor importado en 2022 (miles de USD)	Saldo comercial en 2022 (miles de USD)	Participación de las importaciones para Curacao (%)	Cantidad importada en 2022	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2018-2022 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades importada entre 2018-2022 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2021-2022 (% p.a.)	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales	Participación de los países socios en las exportaciones mundiales (%)	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2018-2022 (% p.a.)	Distancia media entre los países socios y todos los mercados importadores (km)	Concentración de las importadores de los países socios	Arancel medio (estimado) aplicado por Curacao
Total	470	-469	100	142	Toneladas	3.310	15	12	17		100	14			
 Estados Unidos de América	397	-397	84,3	102	Toneladas	3.892	15	13	27	9	3,8	5	4.413	0,34	
 Países Bajos	42	-42	8,9	8	Toneladas	5.250	65	50	-28	11	3,4	4	1.163	0,15	
 República Dominicana	13	-13	2,8	22	Toneladas	591				87	0	-1	2.966	0,82	
 Francia	12	-12	2,5	3	Toneladas	4.000	53	39	100	26	0,7	3	1.930	0,09	
 Colombia	7	-7	1,5	7	Toneladas	1.000	-18	-13	-72	51	0,10	22	5.560	0,41	

Adaptado de Trade Map (2022)

**3.1.2. Estudiar la competencia para entender las fortalezas y debilidades de otros actores en el mercado**

La tarea de estudiar la competencia se manifestó como una estrategia esencial para comprender las fortalezas y debilidades de otros actores en el mercado internacional. Aprovechando la base de datos proporcionada por Legis Comex, se desarrolló un análisis de las exportaciones realizadas por la competencia. Esta búsqueda nos brindó una visión detallada de los destinos finales de los productos, permitiéndonos identificar a qué países se dirigían esas exportaciones. Además, pudimos evaluar nuestra posición relativa en comparación con los competidores, destacando áreas de oportunidad y áreas donde podríamos fortalecer nuestra presencia.

**Figura 5. Principales empresas exportadoras del sector**



Adaptado de Legis Comex (2020)

**Figura 6. Principales países destino de las exportaciones**

<b>Principales países destino de las exportaciones</b>	
<b>País</b>	<b>Valor FOB (USD)</b>
ITALIA (UE)	48.712.144,35
POLONIA (UE)	10.894.811,04
ESTADOS UNIDOS	10.882.525,92
BÉLGICA (UE)	10.331.277,78
REINO UNIDO (UE)	10.004.990,33

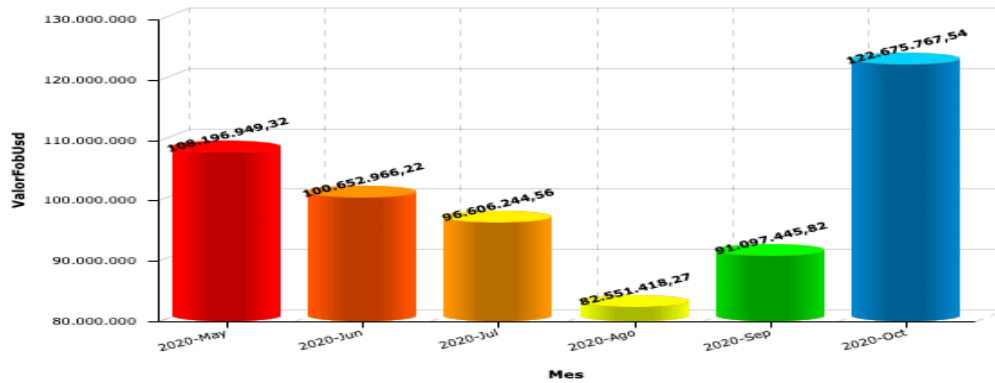
Adaptado de Legis Comex (2020)

### ***3.1.3. Analizar las tendencias en cuanto a la exportación de Colombia en el sector agrícola***

Análisis obtenido de Legis Comex, reveló un aumento significativo en las exportaciones. Esta tendencia positiva no solo refleja la calidad de nuestros productos agrícolas, sino que también proporciona una oportunidad estratégica para expandir nuestras operaciones comerciales. Aprovechar estas tendencias nos permite posicionarnos de manera competitiva y capitalizar la creciente demanda internacional de productos colombianos en el sector agrícola.

**Figura 7.** *Comportamiento de las exportaciones del sector Hortalizas, frutas, cereales y semillas y frutos por mes en valor FOB*

**Comportamiento de las exportaciones del sector Hortalizas, frutas, cereales y semillas y frutos por mes en valor FOB**



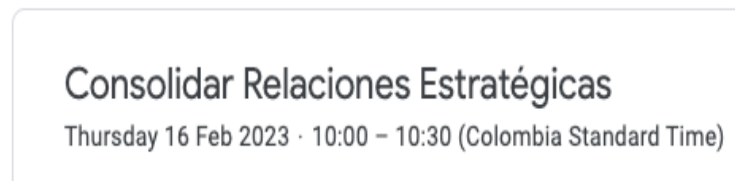
Adaptado de Legis Comex (2020)

**3.1.4. Ofrecer apoyo en la traducción de información durante las reuniones corporativas de la empresa**

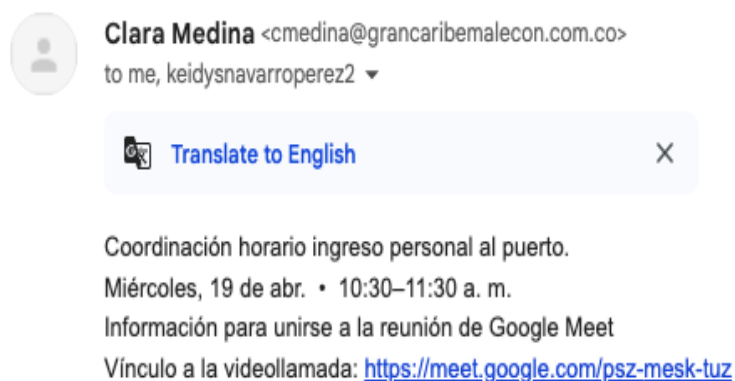
A pesar de que las personas en Curacao manejan el español, persiste una brecha en el entendimiento del idioma. Dichas reuniones fueron diseñadas para fortalecer lazos estratégicos entre La Guajira y Curacao, requieren de una comunicación fluida y precisa. Al desempeñar el papel de facilitador lingüístico, contribuyó a que las discusiones sean más accesibles y comprensibles para ambas partes. Este apoyo en la traducción no solo eliminó barreras idiomáticas, sino que también promovió un intercambio más efectivo de ideas.

**Figura 8. Reunion Consolidar relaciones estrategicas**

Consolidar Relaciones Estratégicas  
Thursday, 16 February 2023 · 10:00 – 10:30  
Time zone: America/Bogota  
Google Meet joining info  
Video call link: <https://meet.google.com/fcu-yvkv-aep>



**Figura 9.** *Reunión Ingreso personal al puerto*



### ***3.1.5. Verificar y suministrar documentos solicitados por el puerto sobre las personas y los vehículos ingresados***

Se encargó de proporcionar documentos relacionados con la seguridad social de las personas y documentos autorizativos de los vehículos ingresados, durante la visita organizada para recibir al Ministro de Desarrollo Económico de Curazao, contribuyendo así al cumplimiento de los estándares de seguridad y regulación del tráfico vehicular en el puerto.

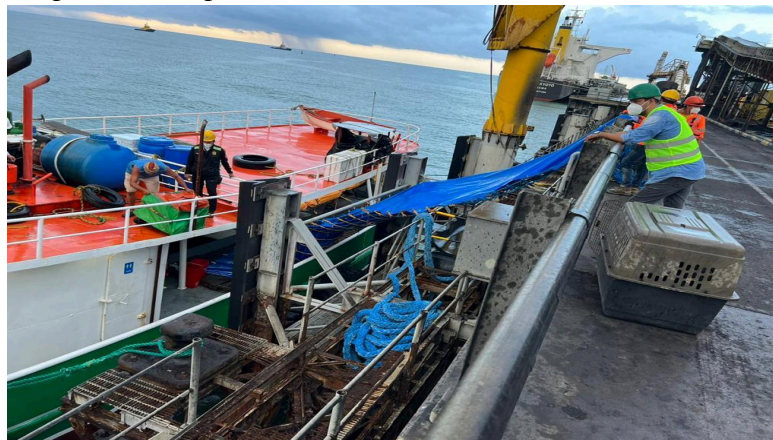
**Figura 10.** *Evidencia practica empresarial 1*

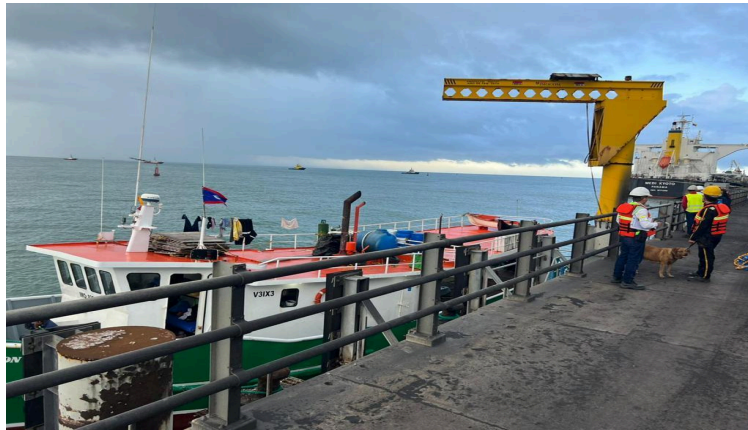


**Figura 11.** Evidencia practica empresarial 2



**Figura 12.** Evidencia practica empresarial 3



**Figura 13.** *Evidencia practica empresarial 4*

### 3.1.6. *Contribuir en el diseño de piezas informativas sobre eventos que destaquen en la empresa*

A través de estas piezas, se logró difundir información relevante sobre eventos significativos que resaltaron la presencia y logros de la empresa.

**Figura 14.** *Conversatorio Gestión de agronegocios entre Curazao y La Guajira*

UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA  
SHIKII EKIRAJIA  
PÓLEE WAJIIIRA

**Conversatorio**  
**Gestión de agronegocios entre Curazao y La Guajira:**

una oportunidad para **avanzar hacia la seguridad alimentaria** de las regiones

**Viernes 21 de abril** ⌚ 3:00 - 6:00 p.m. 📍 Salón 6111

Dirigido a la comunidad académica, empresarios y productores del sector agropecuario.

Organizan: Agribusiness Curaçao y Grupo Empresarial Gran Caribe, Programas de Ingeniería Industrial, Negocios Internacionales y Oficina de Relaciones Internacionales (ORI).

Vigilancia MINEDUCACIÓN

**Figura 15.** *Misión agro empresarial 2023*

#### 4. Marco referencial

"La exportación de bienes y servicios es una estrategia fundamental para el crecimiento económico y el desarrollo de los países." (Porter, 1990)

Según Porter, la exportación es clave para el crecimiento económico y el desarrollo de los países. Permite a las empresas expandirse más allá de los mercados nacionales, aumentar sus ventas y generar empleo. Al exportar, las empresas se ven impulsadas a mejorar sus productos y procesos, lo que beneficia a los consumidores y promueve la competitividad.

"Las exportaciones son un pilar fundamental para el desarrollo sostenible de los países, al generar divisas y estimular el desarrollo de sectores productivos." (Rodrik, 2004)

las exportaciones generan divisas y estimulan el desarrollo económico sostenible. Ayudan a financiar importaciones, invertir en infraestructura y fomentar el crecimiento de sectores

productivos. Además, impulsan la diversificación económica y facilitan la transferencia de conocimiento y tecnología.

En resumen, la exportación es esencial para el crecimiento económico y sostenible de los países, generando empleo, divisas y promoviendo la competitividad y diversificación de la economía.

"La exportación de productos agropecuarios contribuye al desarrollo rural, la generación de empleo y la mejora de la economía de los países productores." (FAO, 2017)

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2017), la exportación de productos agropecuarios desempeña un papel crucial en el desarrollo rural y la economía de los países productores. Estas exportaciones no solo generan empleo en las zonas rurales, sino que también estimulan la inversión en infraestructuras y tecnologías agrícolas, mejorando así la productividad y la calidad de los productos.

"Las exportaciones de productos agropecuarios son una fuente de divisas importante para los países, ayudando a equilibrar la balanza comercial y fortalecer la posición económica en el mercado internacional." (World Bank, 2019)

Para el Banco Mundial, las exportaciones de productos agropecuarios desempeñan un papel significativo en el equilibrio de la balanza comercial y la fortaleza económica de los países. Estas exportaciones generan divisas que ayudan a financiar importaciones y mejorar la posición económica en el mercado internacional. Además, promueven la competitividad y el desarrollo sostenible del sector agropecuario.

Por último, "La sistematización de los procesos en el ámbito de la exportación permite aumentar la eficiencia y la competitividad de las empresas, al facilitar la identificación de

oportunidades, la optimización de recursos y la reducción de tiempos y costos." (González, 2020)

la valoración de la sistematización de los procesos en el contexto de la exportación radica en su capacidad para mejorar la eficiencia y la competitividad de las empresas. A través de la sistematización, las organizaciones pueden identificar oportunidades de negocio, optimizar recursos, reducir tiempos de entrega y minimizar costos, lo que les brinda una ventaja estratégica en el mercado internacional.

## **5. Aportes**

### **5.1. Aportes del estudiante a Gran Caribe**

En un nivel organizativo, el estudiante contribuyó en una herramienta esencial para la empresa al desarrollar un organigrama. Dada la falta de esta estructura previamente, el organigrama ha proporcionado claridad sobre las funciones y responsabilidades.

La realización de estudios específicos del mercado objetivo trajo una comprensión detallada de cómo funciona ese mercado, brindando una visión más precisa para la toma de decisiones estratégicas.

Se brindaron estrategias innovadoras para trabajar en la optimización de procesos internos, con el fin de aumentar la eficacia y reducir posibles obstáculos.

### **5.2. Aportes de Gran Caribe al Estudiante.**

La empresa ha proporcionado al estudiante una experiencia de alto valor, entrándose en el mundo de las exportaciones y brindándole una comprensión completa de los procesos

involucrados. Asimismo, se tuvo la oportunidad de visitar y conocer de cerca el funcionamiento del puerto y la zona franca, que a su vez representa para el estudiante un logro significativo siendo este una experiencia soñada durante el periodo de la carrera. Además, la inmersión en entornos sociales y culturales de países extranjeros como Curacao ha ampliado la perspectiva, no solo en términos comerciales, sino también en la comprensión de las dinámicas sociales y culturales que influyen en las actividades internacionales. Estas experiencias como aportes han resultado en la creación de valiosos contactos que pueden ser fundamentales para futuras oportunidades y colaboraciones.

## **6. Conclusiones**

Durante mi período de prácticas como estudiante de negocios internacionales con énfasis en mercadeo, me enfoqué en desempeñar funciones clave que contribuyeron significativamente al éxito y desarrollo de la empresa. La elaboración de informes detallados sobre las actividades comerciales internacionales proporcionó una base sólida para la toma de decisiones estratégicas, permitiendo una evaluación precisa de los resultados obtenidos y los desafíos enfrentados.

Además, he tenido la oportunidad de trabajar de cerca con un equipo de profesionales, quienes me han brindado su apoyo y conocimientos, enriqueciendo mi experiencia y contribuyendo al logro de los objetivos de la empresa.

En resumen, esto ha sido una experiencia enriquecedora y formativa, permitiéndome adquirir conocimientos sólidos en el ámbito de los negocios internacionales y el mercadeo. Me siento agradecido por el espacio brindado por la empresa Gran Caribe Grupo Empresarial para realizar mis prácticas y por los aportes que he podido hacer durante mi tiempo en la organización.

## **7. Recomendaciones**

Para abordar las dificultades que fueron identificadas en el proceso de prácticas, se sugiere ejecutar un plan de mejora continua en las operaciones. Esto incluye establecer protocolos y procedimientos más sólidos para garantizar la regularidad y consistencia en las actividades diarias. Además, se propone la implementación de herramientas de gestión de la cadena de suministro que faciliten la comunicación interna, especialmente en los momentos críticos. La adopción de tecnologías colaborativas y plataformas de comunicación eficientes puede fortalecer los lazos internos y mejorar la coordinación.

### Referencias

- ColombiaTrade, & Procolombia. (2022). Perfil logístico de exportación a Curazao. Recuperado de <https://www.colombiatrade.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-curazao-0>
- Fortich, R. (2005). La Ley del Mercado de Valores: Análisis de sus posibles consecuencias sobre las Corporaciones en Colombia. Recuperado de <https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/4a4578c2-e868-45be-967e-62e172927ba2/content>
- Legis Comex. (2020). Legis Comex. Recuperado de <https://www.legiscomex.com/Home/MiMercado?id=119bb8a79e5641898e4658f663f13082>
- Miranda, M. A., & Leal Forero, L. C. (2016). Importancia de los sistemas de información contable en empresas colombianas: implementación y cambios organizacionales - caso de estudio. Recuperado de [https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1065&context=contaduria\\_publica](https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1065&context=contaduria_publica)
- Mohan, S., Khorana, S., & Choudhury, H. (2013). Why Developing Countries Have Failed to Increase Their Exports of Agricultural Processed Products. Recuperado de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/ecaf.12000>

Raynor, M. E., & Weinberg, H. S. (2006). Conocer el mercado para diferenciarse con éxito.

Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1988111>

TradeMap. (2022). Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas.

Recuperado de

[https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c531%7c%7c%7c%7c0811%7c%7c%7c4%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c531%7c%7c%7c%7c0811%7c%7c%7c4%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)