

Informe de practicas realizadas en Eugene Dotaciones NIT 28023867

Joseph Steven Moreno Ibáñez

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

Director

Edgar Gerardo Cuellar Hernández

Especialista en Gerencia de Exportaciones

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas Y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

2022

Contenido

Introducción.....	7
1. Informe de prácticas realizadas en Eugene Dotaciones NIT 28023867	8
1.1 Justificación.....	8
2. Objetivos.....	8
2.1 Objetivo general	8
2.2 Objetivos específicos	9
3. Perfil de la empresa	9
3.1 Reseña	9
3.2 Misión institucional	10
3.3 Visión institucional.....	10
3.4 Estructura organizacional.....	10
3.5 Portafolio de servicios y productos.....	11
3.6 Aspectos del mercado que atiende.....	12
4. Cargo y funciones	13
4.1 Cargo a desempeñar	13
4.2 Funciones asignadas	13
4.3 Actividades realizadas	14
5. Marco teórico.....	21
5.1 Internacionalización.....	21
6. Análisis de resultados del proceso de practica.....	24
7. Aportes	25
8. Recomendaciones.....	26

9. Conclusiones.....	26
----------------------	----

Referencias	27
-------------------	----

Lista de figuras

Figura 1. <i>Sistema de gestión empresarial y contabilidad Alegra para la empresa Eugene Dotaciones, muestra de factura de venta implementada</i>	14
Figura 2. <i>Maquina bordadora de una cabeza para elaboración de diseños personalizados</i>	15
Figura 3. <i>Diseño del producto requerido por el cliente.....</i>	16
Figura 4. <i>Conversación con potenciales proveedores.</i>	17
Figura 5. <i>Conversación con potenciales proveedores incluyendo diseños ofertados.</i>	17
Figura 6. <i>Tarjeta de negocios con proveedor seleccionado y diseño ofertado.</i>	18
Figura 7. <i>Videollamada con proveedor y muestras fabricadas.....</i>	19
Figura 8. <i>Guía de envío de las muestras solicitadas al proveedor.</i>	19
Figura 9. <i>Fotografía al momento de llegada de las muestras</i>	20

Resumen

El presente informe tiene como finalidad presentar el desarrollo de las funciones durante el periodo de prácticas realizado en la empresa EUGENE DOTACIONES NIT 28023867 ubicada en la ciudad de Bucaramanga, donde se desarrollaron diferentes proyectos con el fin de llevar a cabo la *internacionalización de la empresa y el incentivo a la importación de productos para fortalecer la cadena de producción*. El enfoque principal de la práctica fue el de ayudar en el proceso de internacionalización de la empresa, mediante análisis de mercado, rutas comerciales y logísticas que nos permitieran al final del proceso hacer contacto con diferentes clientes en el mercado internacional y nacional, para así fortalecer el reconocimiento empresarial con posibilidades de obtener mayor rentabilidad y aprovechar la capacidad productiva de la empresa. Las diferentes actividades realizadas durante este periodo fueron propicias para poder aprender a llevar procesos administrativos, de producción con responsabilidad y pensando en el beneficio de la empresa, llevando a cabo las negociaciones y demás para lograr satisfacción en los clientes.

Palabras clave: dotaciones, internacionalización, logística

Abstract

The purpose of this report is to present the development of the functions during the internship carried out at the company EUGENE DOTACIONES NIT 28023867 located in the city of Bucaramanga, where different projects were developed in order to carry out the internationalization of the company and the incentive to import products to strengthen the production chain. The main focus of the practice was to help in the internationalization process of the company, through market analysis, trade routes and logistics that would allow us at the end of the process to make contact with different clients in the international and national market, in order to strengthen business recognition with the possibility of obtaining greater profitability and taking advantage of the productive capacity of the company. The different activities carried out during this period were conducive to learning how to carry out administrative and production processes with responsibility and thinking about the benefit of the company, carrying out negotiations and others to achieve customer satisfaction.

Keywords: workwear, internationalization, logistics

Introducción

La transformación de una organización nacional en mundial, comúnmente se hace por medio de un proceso gradual, en el que el nivel de compromiso de la compañía crece del mismo modo como aumenta su entendimiento del mercado mundial.

Las causas que la conducen a que una organización busque internacionalizarse son continuar creciendo en su sector ya que su mercado interno se ha quedado diminuto, aprovechar la función de producción, contrarrestar alguna crisis en el mercado interno o lograr más grande productividad en el mercado global, entre otras muchas otras causas.

Y de estas se extienden diferentes ventajas para las organizaciones como la implementación de toda la capacidad provechosa, conseguir virtud competitiva, tener ingreso a mercados más amplios y mejorar la imagen de la organización, es por ello que a partir de la implementación de nuevos procesos simplificados y gestión empresarial avanzada se ha llegado a resultados inmediatos.

Posteriormente vamos a poder mirar el desarrollo de las ocupaciones que se presentaron a lo largo del lapso de prácticas, en el que acompañé a la empresa en el proceso de internacionalización y ejecuté el proceso para el desarrollo de la empresa.

1. Informe de prácticas realizadas en Eugene Dotaciones NIT 28023867

1.1 Justificación

El presente trabajo parte del valor de la indagación e investigación de alternativas comerciales en el mundo, para de esta forma incrementar significativamente la confianza de llevar a cabo proyectos que requieran la internacionalización de la organización, para lo que se debería dar en la formulación de tácticas que permitan el sostenimiento no solo de los consumidores recientes sino además en acaparar consumidores mayoristas e internacionales, incrementando de esta forma la demanda de todos los servicios que da la organización en lo cual respecta a la producción y venta de prendas de vestir para el trabajo, apertura y consecución de nuevos consumidores lo cual nos lleva a un mejor posicionamiento en el mercado. Tal se proyecta un portafolio de tácticas que aportan de forma directa en el camino hacia la internacionalización, generando resoluciones a la problemática de competitividad del territorio.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Poner en práctica los procesos administrativos, de mercadeo y negocio aprendidos durante el curso de la carrera de Negocios Internacionales, teniendo en cuenta los costos, oportunidades, y proyecciones para la empresa.

2.2 Objetivos específicos

- Por medio de la organización de funciones en la empresa se ejecutarán de manera precisa las actividades a desempeñar en cada departamento, poniendo como base unas metas y logros para el buen funcionamiento y rentabilidad mínima de la empresa.
- Ejecutar proyectos de mercadeo para impulsar la marca, como detalle de las prendas y el logo de la empresa en las mismas, marca, así mismo, actualizando información básica de la empresa.
- Establecer un plan de marketing digital para propaganda de la marca, dando a conocer en más ciudades del país los productos y servicios ofrecidos.
- Buscar oportunidades de negocio internacional en la importación y exportación de productos y materia prima con el fin de concretar negocios de grandes cantidades.

3. Perfil de la empresa

3.1 Reseña

La empresa EUGENE DOTACIONAES se caracteriza en el mercado local por generar soluciones para el sector empresarial desde el desarrollo de sus prendas de vestir, poniendo a su disposición un catálogo amplio para la personalización de estas prendas. Busca generar valor para los usuarios a través de un equipo de trabajo el cual apoya la producción de estos productos teniendo en cuenta las necesidades del cliente, así mismo generando relaciones de largo plazo con sus clientes y aportar activamente al desarrollo del sector y la región.

3.2 Misión institucional

Somos un aliado estratégico en prevención de riesgos para el sector empresarial, ofreciendo soluciones integrales en seguridad industrial y salud ocupacional que le permitan a nuestros cliente mejorar la calidad de vida laboral de sus trabajadores e incrementar su productividad, a través del desarrollo e implementación de sistemas de gestión y suministro de elementos necesarios para complementar la cultura de la seguridad por medio de una atención personalizada y confiable, teniendo como principal valor la experticia y calificación de nuestro equipo humano de trabajo.

3.3 Visión institucional

Ser para el año 2022 la primera opción para el sector empresarial de la región en soluciones integrales en Seguridad Industrial y Salud Ocupacional, siendo reconocidos por el profesionalismo de nuestro equipo humano de trabajo y la calidad de nuestros productos, así como por nuestra contribución en la generación de ambientes laborales seguros, sanos y productivos.

3.4 Estructura organizacional

La empresa EUGENE DOTACIONES cuenta con la siguiente estructura organizacional dividida en dos ramas, administración y operaciones:

- Departamento de Contabilidad
- Tesorería
- Jefe de administración y finanzas.
- Línea de producción
- Logística.
- Departamento de marketing.

- Jefe de Operaciones
- Gerente General

3.5 Portafolio de servicios y productos

- Camisa para caballero manga larga
- Camisa para dama manga larga
- Camisa para dama manga corta
- Polo de caballero unicolor
- Polo de dama unicolor
- Jean de dotación caballero
- Jean de dotación para dama
- Botas dielectricas para caballero
- Botas dielectricas para dama
- Botas dielectricas con punteta para caballero
- Botas dielectricas con puntera para dama
- Botas para manejo de ácidos
- Botas para manejo de fluidos
- Botas para materiales rocosos con punta reforzada
- Servicio de bordado
- Servicio de estampado
- Personalización y diseño de prendas
- Tapabocas de fabricación nacional no médicos

- Overoles antifluidos
- Overoles de trabajo pesado dril
- Chaquetas acolchadas
- Chaqueta acolchada sin mangas
- Fábrica de prendas de vestir

3.6 Aspectos del mercado que atiende

La empresa EUGENE DOTACIONES ubicada en la ciudad de Bucaramanga hace parte de las pocas empresas dedicadas a la producción de prendas de vestir para el trabajo, siendo esta la única en la ciudad con una línea de producción completa hasta su personalización. Actualmente maneja dos sedes presenciales, una en la ciudad de Bucaramanga y la otra en el municipio de Lebrija, en este segundo el fuerte de la empresa es la seguridad industrial, en una región donde el crecimiento y la ejecución de obras para el beneficio de la población están siendo fuertes.

Aliados estratégicos:

- Consorcio rey miranda
- Partido Liberal Colombiano
- Alcaldía de Floridablanca
- Alcaldía de Bucaramanga
- Consejo de Bucaramanga
- Zirus pizza
- Piedecuestana de servicios publicos sa esp

4. Cargo y funciones

4.1 Cargo a desempeñar

Jefe de Operaciones, primordialmente delegado de llevar a cabo los procesos y prácticas correctos en la organización. Formular tácticas, mejorar el rendimiento, compra de materia prima y recursos, afirmar el cumplimiento de las reglas aplicables. Descubrir maneras de incrementar la calidad del servicio de atención al comprador y llevar a cabo las superiores prácticas en todos los niveles.

4.2 Funciones asignadas

Elaborar proyectos que permitan la exportación e importación de materias primas y productos terminados.

Buscar nuevas oportunidades para estrechar lazos comerciales entre clientes a nivel nacional e internacional.

Velar por el rendimiento y funcionamiento óptimo de las operaciones ejecutadas en cuanto a la confección y la personalización de las prendas elaboradas, así mismo porque el rendimiento de los empleados sea el esperado para cumplir con los tiempos de entrega contratados.

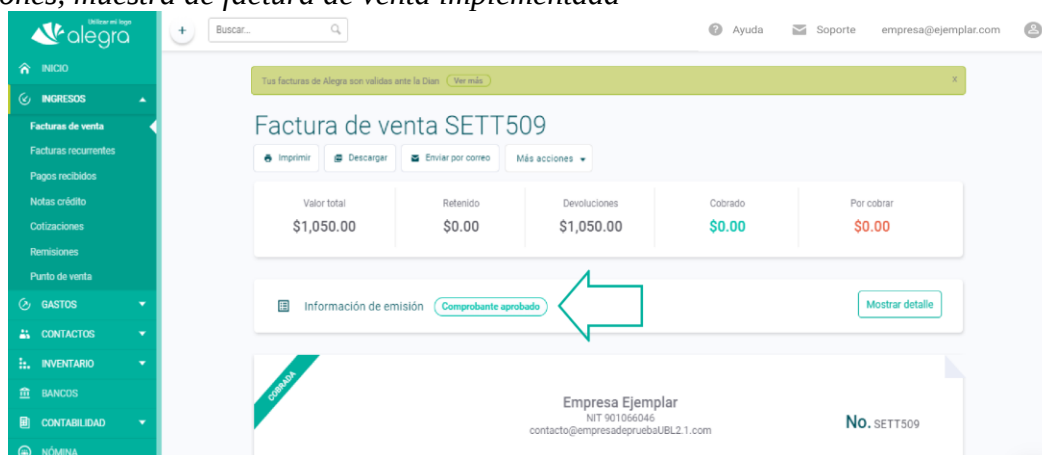
Buscar apoyo en entes que permitan el crecimiento y desarrollo de la empresa con el fin de buscar mercados internacionales con potencial.

4.3 Actividades realizadas

Como medida principal para el funcionamiento óptimo de la empresa se lograron ejecutar procesos para simplificar y llevar a cabo las actividades comerciales. En este caso instalamos el Software en la nube para el manejo de inventario, contabilidad y ventas de la empresa.

El programa adquirido fue ALEGRA, el cual junto con la resolución de la DIAN para la facturación electrónica nos permiten elaborar facturas electrónicas legales como lo establece la ley para Personas jurídicas que enajenen bienes y/o servicios. Personas naturales que enajenen bienes y/o servicios con ingresos brutos superiores a 3.500 UVT. Personas naturales contratistas del Estado con ingresos brutos superiores a 4.000 UVT.

Figura 1. Sistema de gestión empresarial y contabilidad Alegra para la empresa Eugene Dotaciones, muestra de factura de venta implementada



Fuente: software Alegra de facturación electrónica.

Durante los siguientes días se añadieron todos los productos y servicios a la plataforma.

El día 3 de mayo gracias a los buenos rendimientos de la empresa se adquirió una máquina bordadora digital comprada a la empresa **ApuntoO** la cual desarrolla en sus actividades la

importación de máquinas industriales para la confección. Esta máquina ahorrará a la compañía cerca de \$4.000.000 de pesos en gastos de bordados los cuales eran tercerizados siendo así la rentabilidad más baja.

La adquisición de esta máquina permite acortar los tiempos de entrega de las prendas, ofreciendo un mejor servicio al cliente con la responsabilidad.

Figura 2. *Maquina bordadora de una cabeza para elaboración de diseños personalizados.*



Fuente: Pagina comercial del proveedor wonyo.en.alibaba.com

A partir del día 15 de mayo se presentó una propuesta económica de una reconocida empresa a nivel nacional para la adquisición de 1.000.000 de unidades de tapabocas

personalizados. En este proceso se realizaron varias consultas antes de llegar al cliente y negociar con proveedores Internacionales para la confección de estas. Esta decisión se basa debido a la alta cantidad de producto a fabricar.

A continuación, se adjuntan imágenes del proceso y así mismo las etapas en las que se desarrolla.

Figura 3. *Diseño del producto requerido por el cliente.*

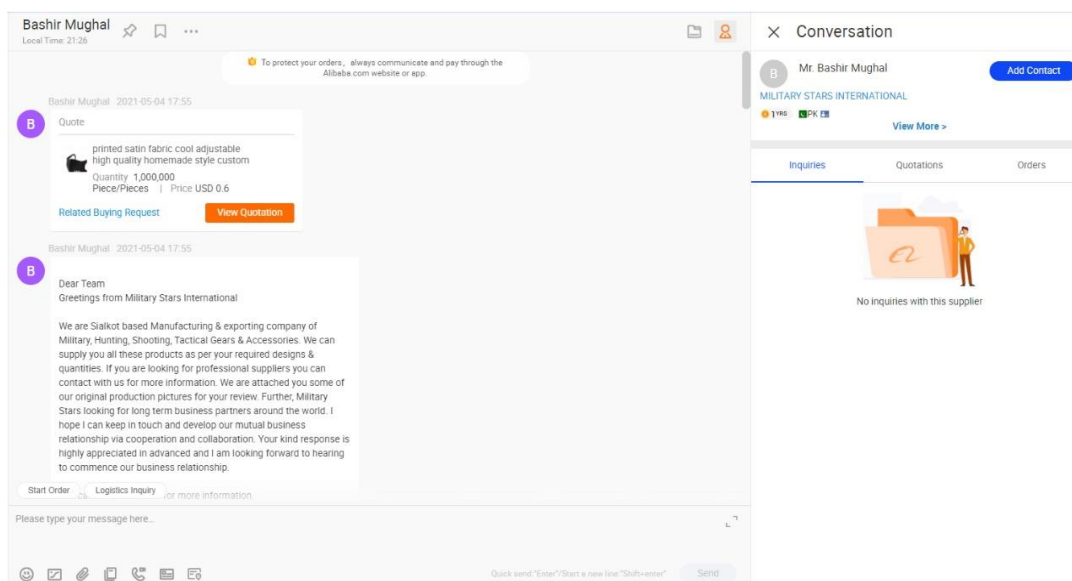


Fuente: Diseño propio.

El producto para fabricar para esta oferta es el tapabocas personalizado con el logo de la empresa adquirente. Anexo a este documento se encontrarán las diferentes cotizaciones realizadas tanto en empresa nacional la cual cuenta con la capacidad de fabricación, como dos cotizaciones por parte de la empresa SHADAY la cual ejerce funciones como importadora.

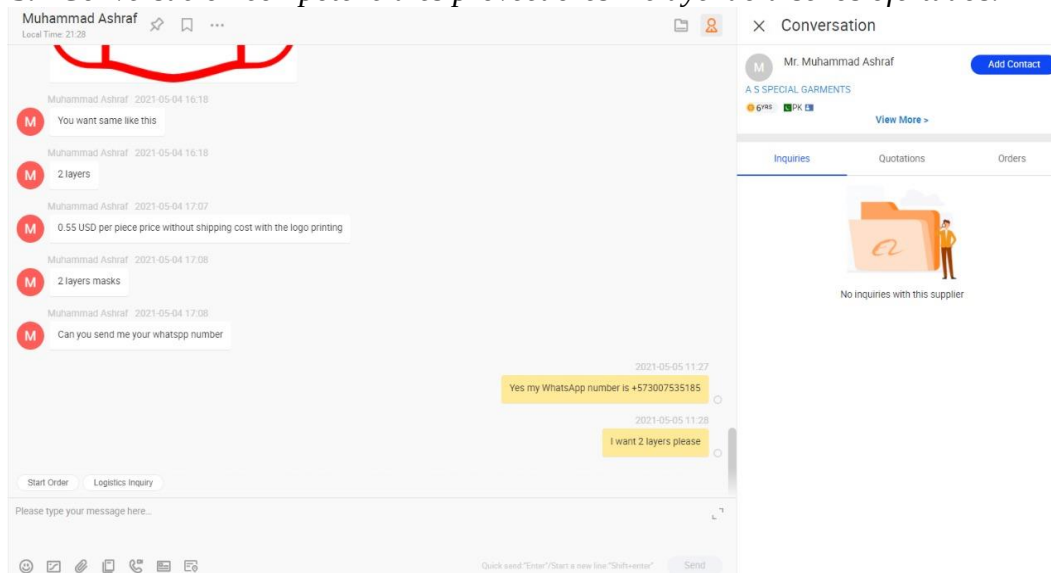
Para iniciar el proceso se realizaron consultas para la importación de los productos, en este proceso se iniciaron conversaciones con proveedores en Pakistán y en China.

Figura 4. *Conversación con potenciales proveedores.*



Fuente: Captura de pantalla zona de mensajes Alibaba.com.

Figura 5. *Conversación con potenciales proveedores incluyendo diseños ofertados.*



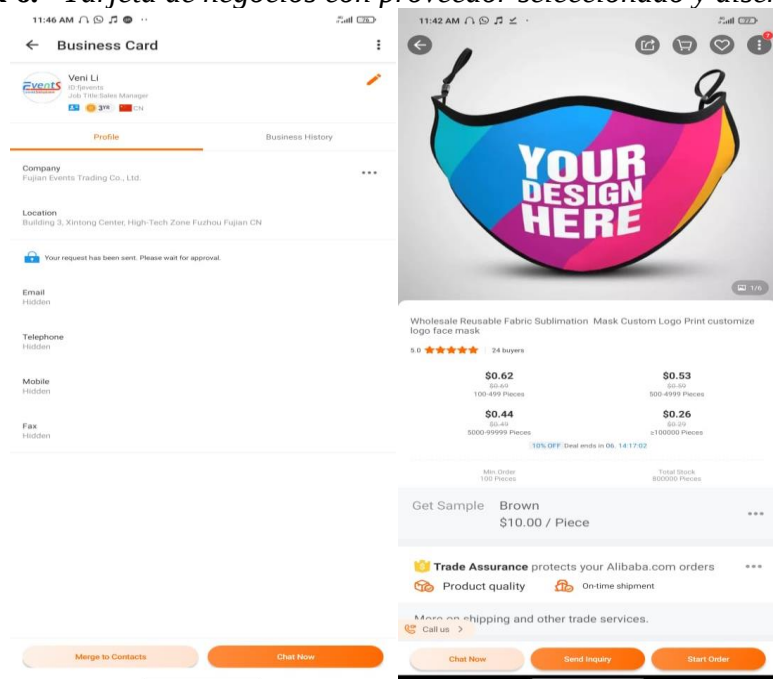
Fuente: Captura de pantalla zona de mensajes Alibaba.com.

Después de analizar el mercado teniendo en cuenta los precios y costos por unidad, y el tipo de negociación a realizar que en este proceso lo quisimos hacer en DDP, el proveedor chino FSALES nos envía la ficha técnica de los productos a elaborar.

Máscara de poliéster Tres capas con orejas colgantes. Tamaño adulto Número 50-1 millones Embalaje LOGO impreso en color: una bolsa de un solo / OPP con un pase y un filtro Otras 100 bolsas grandes, 1000 la caja 50 x 35 x 30CM sobre 16KG de peso bruto un volumen de caja de aproximadamente 0,05 cuadrados.

Máscara de poliéster de doble capa con orejas colgantes. Tamaño adulto Número 50-1 millones Embalaje LOGO impreso en color: una sola bolsa /OPP puso un certificado de conformidad Otras 100 bolsas grandes.

Figura 6. Tarjeta de negocios con proveedor seleccionado y diseño ofertado.



Fuente: Captura de pantalla cuenta de proveedor Alibaba.com.

Nos contactamos directamente con la empresa fabricante en China ubicada en Fujian CN, y accede a realizar una muestra con el fin de llevar a cabo el proceso.

Tuvimos una videollamada en inglés donde me enseña los tapabocas.

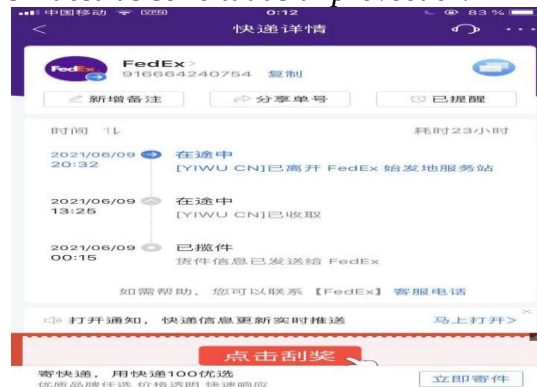
Figura 7. Videollamada con proveedor y muestras fabricadas.



Fuente: Captura de pantalla en videollamada con proveedor.

Llegamos a un acuerdo con el vendedor de recibir las muestras aquí en Colombia para verificar los componentes, el ajuste a la cara y así poder confirmar las cantidades requeridas.

Figura 8. Guía de envío de las muestras solicitadas al proveedor.



Fuente: Captura de pantalla transportista internacional FedEx.

En el mes de junio recibimos las muestras que fueron enviadas por los vendedores.

Figura 9. *Fotografía al momento de llegada de las muestras.*



Después de la llegada de los productos, nos reunimos en la ciudad de Bogotá con el comprador para enseñar la calidad y definir procesos contractuales para efectuar la adquisición de estos. El proceso de contratación continuo, se firmó el contrato para la adquisición de estos y actualmente el producto se encuentra en etapa de producción en China.

Semanalmente recibimos actualizaciones en la producción de estos productos y el tiempo estimado de entrega en la ciudad de Bucaramanga es el día 26 de enero del 2022.

5. Marco teórico

5.1 Internacionalización

La economía mundial está en la actualidad en uno de los instantes de más grande dinamismo y cambio. La unificación de los mercados, la estandarización de los productos, la homogeneización de los gustos y las necesidades de los clientes en el planeta desarrollado, los nuevos canales de comunicación, repartición y comercialización, y la porción y calidad de productos y servicios existentes, marcan una tendencia que lleva a la internacionalización de las organizaciones.

El Ciclo de vida del producto de Vernon explica que en un inicio que el producto solo es ofrecido en el mercado nacional donde lleva a cabo la innovación y alrededor de sus mercados meta. La siguiente fase del periodo de vida comprende la exportación del producto a otros territorios por la buena mezcla de la innovación con los beneficios productivas conseguidas en el territorio de procedencia.

Las naciones a los cuales debería ser exportado el producto son esos con más semejanza al territorio de procedencia referente a la demanda y mientras el producto se estandariza mejor y consigue madurez, los beneficios competitivos de la compañía empezaran a modificar y a estar muchísimo más en relación con la uniformidad del producto al tener más grande interacción con la capacidad de minimizar precios de producción o con la vivencia comercial de la organización.

Una vez que la demanda empieza a ser inelástica, se necesita transportar las ocupaciones de costo añadido en un territorio distinto al de procedencia para minimizar los precios de mano de obra, en especial una vez que los mercados extranjeros comienzan a crecer y se ve acelerado por

las barreras al negocio o pues varias organizaciones esperan que su competencia se establezca en los mercados extranjeros las 4 fases de actividad que Vernon describe de la siguiente manera:

- **Introducción:** Orientación hacia el país de origen. El producto es fabricado y comercializado en el territorio donde fue creado. La finalidad de conseguir economías de escala en producción puede justificar la exportación del producto a otros territorios industrializados.
- **Crecimiento:** Orientación hacia los principales países industrializados. Se incrementa la actividad exportadora y se hacen inversiones en plantas de construcción en territorios de demanda en extensión.
- **Madurez:** Relocalización de la inversión directa. Los principales mercados del producto se encuentran saturados y el producto se ha estandarizado. La fabricación se desvía hacia países con mano de obra más barata.
- **Declive:** Abandono del país de origen. La demanda del producto en el país de origen es casi inexistente. La fabricación abandona el país de origen.

El Modelo Uppsala-Escuela Nórdica es la teoría de que la internacionalización es vista como un mecanismo para participar en un mayor aprendizaje basado en la acumulación de conocimientos y una mayor participación de los recursos en los mercados externos.

El modelo de Uppsala (Johansson y Vahlne, 1977), Surgió en los años setenta como la teoría gradualista de la internacionalización a manera de explicación de las actividades de exportación realizadas por las empresas, es considerado como el aspecto teórico más idóneo para explicar el comportamiento de las Pymes.

El objetivo de este modelo es considerar que un gran número de empresas que inicien operaciones en el mercado interno y operen en el exterior pasarán por una serie de períodos

sucesivos que representarán un mayor nivel de participación en el mercado en el extranjero. Por lo tanto, la empresa tiene que pasar por cuatro etapas para ingresar al mercado.

- Exportaciones esporádicas
- Exportación a través de representantes independientes.
- Establecimiento de sucursales comerciales en el extranjero.
- Establecimiento de unidades productivas en el extranjero.

De esta forma, el modelo predice que a medida que la empresa gane experiencia en este mercado, mayor será su apuesta por los recursos. las diferencias lingüísticas, culturales o políticas que tiene con su mercado nacional.

Enfoque estratégico, el enfoque comprende varias actividades estratégicas como:

Exportaciones La exportación es un factor determinante en el proceso de internacionalización, la exportación suele estar asociada a las grandes empresas, sin embargo, las medianas empresas han reactivado su capacidad exportadora porque, a diferencia de las grandes empresas, las grandes empresas, tienen pocas herramientas para internacionalizarse.

Joint Venture: Es un recurso para realizar alianzas estratégicas en el exterior y de esta manera promueve los mercados internacionales, en este caso es sumamente beneficioso para las pymes ya que adquieren conocimiento del mercado sin riesgo de pérdida.

Teoría De Redes: Se agrupan las teorías que explican el proceso de internacionalización como un desarrollo lógico de las redes organizativas y sociales de las empresas. Considera que la entrada a mercados internacionales se da como resultado de las interacciones de la empresa local con redes de contactos internacionales; es así como la búsqueda de información y las oportunidades de llegar a mercados exteriores se hacen más fáciles, facilitando a la empresa la decisión de exportar, se debe tener en cuenta que Dependiendo del tamaño de la Red y la diversidad

de la misma, se podrán aprovechar mayores oportunidades empresariales, creando puentes hacia otros mercados.

De acuerdo con el enfoque de redes, la entrada en mercados exteriores surge de la interacción entre la empresa y la red externa, y el éxito de esta depende de las relaciones con esta. De esta manera, según Johansson y Mattson, son redes de negocio aquellas que mantienen las empresas con sus clientes, distribuidores, competidores y gobierno, argumentan que a medida que las empresas se internacionalizan estas relaciones son más estrechas.

6. Análisis de resultados del proceso de practica

En el desarrollo de las prácticas en la empresa Eugene Dotaciones, realice diferentes actividades encaminadas a apoyar a la empresa en cada una de las etapas del proceso de industrialización e internacionalización.

Realice un estudio abarcando todas las empresas productoras de textiles de la región, y de estas mismas las cuales solo se dedicaban a la línea exclusiva de prendas de vestir para la empresa y seguridad industrial.

Así pues, en los mercados internacionales para la importación del producto que la empresa requería se realizó un proceso, cuyo primer paso consistía en un estudio de diferentes mercados basándonos en variables como cantidad de productos exportados por estos países, tasa de crecimiento de las importaciones, porcentaje de ventas del producto, regulaciones, aranceles, entre otras, variables que nos permitían identificar los mercados potenciales para los productos

La eficiencia de este primer paso es de gran importancia para la identificación y definición del (los) mercado (s) internacional (es) con los que trabajaremos posteriormente, ya que una vez identificados estos se completará el comercio y la logística, donde el primer paso consiste en un

estudio de mercado exhaustivo, conociendo las condiciones del mismo, los límites del producto, el segmento al que nos dirigimos, las tendencias de consumo para adaptar el producto al consumidor y el estado del producto, y relacionado con este último, incluye la investigación sobre acceso al mercado, rutas, envío de productos y métodos de pago viabilidad. Estas etapas del proceso para la internacionalización finalizan con la ruta exportadora, en la cual realizamos la búsqueda de posibles contactos interesados en la fabricación de los productos, todo esto después de conocer la información que nos proporciona cada una de las etapas anteriores, lo que nos lleva a lograr una negociación con clientes en el exterior e importar los productos.

Este fue el caso de la empresa con quien realizamos este contrato, ya que después de realizadas las etapas mencionadas anteriormente, se logró identificar el precio óptimo y la facilidad para el comercio y demanda actual en nuestro país, así mismo una oportunidad para la importación de los productos buscando productores con mayor potencial en los mercados internacionales, se realizaron cotizaciones a partir de la información suministrada y se acompañó a la empresa en el proceso de importación de mascarillas faciales proveniente de China, en la cual se coordinaron operaciones con agencias de aduana y se le brindó el asesoramiento contractual.

7. Aportes

La realización de las prácticas empresariales en EUGENE DOTACIONES fue fundamental para poner en práctica la aplicación de los conocimientos adquiridos durante los 4 años de carrera.

Dentro de los aportes más importantes puedo destacar la consecución de clientes nacionales y la búsqueda de proveedores internacionales en Pakistán, China, India y Singapur para los productos que la empresa adquirió con el fin de suministrarlos para la empresa PARTIDO

LIBERAL COLOMBIANO, su contacto preliminar y la presentación de ofertas comerciales. Así mismo el acompañamiento y documentación en procesos de importación de estos productos.

8. Recomendaciones

Mediante el análisis de algunos requerimientos de clientes se pudo identificar una falencia en el proceso de gestión documental, en el cual hay que realizar muchos pasos para comenzar la producción de las órdenes de compra, esto tiene que pasar por muchos departamentos a ser revisado demorando así la línea de producción, la gestión de Tesorería es otro factor a tener en cuenta debido que en muchas de las veces tocaba contar con una autorización de gerencia para proceder a hacer el pago en la compra de insumos.

9. Conclusiones

Este proceso de ejecutar los conocimientos y demostrar habilidades para el desempeño en el campo laboral, me permitió complementar la empresa haciendo el mayor esfuerzo en cuanto a la ejecución de todas las actividades que realice. Es primordial este trabajo de grado el cual como opción es la mejor manera de participar en la vida diaria de las empresas de la región, así mismo empezar la vida profesional con un estándar tan alto debido a las actividades que estuvieron a mi cargo son primordiales para la formación como persona integra el cual es uno de los pilares de la Universidad, a generar e impartir valores éticos y morales que nos ayude a ser competitivos y dejar cada más alta la posición de nuestra Universidad Santo Tomas.

Referencias

Czinkota, M., & Ronkainen, I. A. (2002). *Marketing internacional*. Editorial Mc Graw Hill.

Larrinaga, O. V. (2005). *La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: una revisión conceptual contemporánea*. Cuadernos de gestión, 5(2), 55-73.

Yejas, D. A. A. (2016). *Estrategias de marketing digital en la promoción de Marca Ciudad*. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (80), 59-72.