

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 de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

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

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

Bibliotecas Bucaramanga
Universidad Santo Tomás

Informe final de Práctica Empresarial

Industrias Pico S.A.S.

Kenickie Nay Valdés Churio

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

Tutor:

Jorge Gregorio Prada Ochoa

Universidad Santo Tomas, Bucaramanga

Facultad de Negocios Internacionales

División de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables

2016

DEDICATORIA

A Dios, por haberme dado la vida, por acompañarme en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente, por darme la valentía de enfrentar este camino y por haber puesto en él a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres y a mis hermanas, por quererme mucho, creer y confiar en mí, por apoyar cada una de las decisiones que tomé, gracias por sus ejemplos de perseverancia y constancia que me caracterizan y que me han infundado siempre, gracias por el valor mostrado para salir adelante y por su amor incondicional que me mantiene en pie.

Kenickie Nay Valdés Churio

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primero lugar, a Dios, por permitirme finalizar con éxito esta importante etapa de mi vida; en segundo lugar, a mis padres, que desde el comienzo me brindaron su apoyo incondicional.

Finalmente y no menos importante, mi agradecimiento total hacia el Dr. Jorge Gregorio Prada Ochoa; por su oportuna y precisa orientación para el logro del presente informe.

Tabla de Contenido

	Pág.
Introducción	13
1. Justificación	14
2. Objetivos	15
2.1. Objetivo General	15
2.2. Objetivos Específicos	15
3. Perfil de la Empresa	16
3.1 Razón Social	16
3.2 Objeto Social	16
3.3 Ubicación Empresa	17
3.4 Misión	17
3.5 Visión	17
3.6. Organigrama	18
4. Portafolio de Productos y Servicios	18
5. Cargo y funciones asignadas	23
5.1 Cargo	23
5.2 Funciones asignadas	23
6. Marco conceptual	48
6.1 Sector Metalmecánico en Santander y Colombia	48
6.2 Razones de expansión Internacional de Industrias pico	48

6.3 Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales	49
7. Aportes	50
7.1 Aportes de la Empresa a la formación profesional del practicante	50
7.2 Aportes del Practicante a la Empresa	50
8. Conclusiones	51
9. Recomendaciones	52
Referencias Bibliográficas	53
Apéndices	54

Lista de Tablas

Pág.

Tabla 1. Comportamiento de ventas anual y mes a mes de INDUSTRIAS PICO S.A.S....23

Tabla 2. Determinación de partida arancelaria para la exportación de hornos

de panadería26

Tabla 3. Exportaciones de hornos desde Colombia al mundo..... 27

Tabla 4. Exportaciones de hornos desde Colombia al mundo..... 28

Tabla 5. Empresas exportadoras de hornos desde Colombia al mundo..... 29

Tabla 6. Presentación a diagnostico general de INDUSTRIAS PICO S.A.S.

(Matriz D.O.F.A).....30

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Organigrama administrativo de INDUSTRIAS PICO S.A.S.....	18
Figura 2. Proyecto de estantería tipo pesado realizado por INDUSTRIAS PICO S.A.S..	18
Figura 3. Proyecto de estantería tipo manual realizado por INDUSTRIAS PICO S.A.S.....	19
Figura 4. Proyecto de estantería para carga larga realizado por INDUSTRIAS PICO S.A.S.	19
Figura 5. Proyecto de estantería tipo Rack realizado por INDUSTRIAS PICO S.A.S	20
Figura 6. Proyecto de mezzanines y entrepisos realizado por INDUSTRIAS PICO S.A.S .	20
Figura 7. Proyecto de arquitectura en interiores realizado por INDUSTRIAS PICO S.A.S...	21
Figura 8. Proyecto de arquitectura en interiores realizado por INDUSTRIAS PICO S.A.S...	21
Figura 9. Proyecto de arquitectura en interiores realizado por INDUSTRIAS PICO S.A.S...	22
Figura 10. Proyecto de arquitectura en interiores realizado por INDUSTRIAS PICO S.A.S.	22
Figura 11. Comportamiento de ventas anuales y mes a mes de INDUSTRIAS PICO S.A.S..	29
Figura 12. Comportamiento de ventas anuales y mes a mes de INDUSTRIAS PICO S.A.S.	29
Figura 13. Evento regional Santander Compra Santander. Hotel Chicamosa, 2016	34
Figura 14. Evento internacional de integración regional Alianza del Pacifico, Hotel Punta Diamante, 2016.....	37
Figura 15. Participación de INDUSTRIAS PICO S.A.S. en Evento internacional de integración regional Alianza del Pacifico, Hotel Punta Diamante, 2016.	37
Figura 16. Participación de INDUSTRIAS PICO S.A.S. en Evento internacional de integración regional Alianza del Pacifico, Hotel Punta Diamante, 2016	38
Figura 17. Presentacion de Renders de INDUSTRIAS PICO S.A.S. para proyecto Servair, Zona Franca Bogotá	40

Figura 18. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016	40
Figura 19. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016.	41
Figura 20. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016.	41
Figura 21. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016.	42
Figura 22. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016.	42
Figura 23. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016.	43
Figura 24. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016.	43
Figura 25. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016.	44
Figura 26. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016.	44
Figura 27. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016	45
Figura 28. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016	45
Figura 29. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016	46
Figura 30. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016	46
Figura 31. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016S	47

Lista de Apéndice

	Pág.
Apéndice A. Anexos	43

Glosario

Acuerdo comercial: convenio bilateral o multilateral entre estados, que busca conformar los intereses de cada una de las partes y aumentar el intercambio comercial, entre otros objetivos.

Alianza estratégica: acuerdo realizado por dos o más partes para alcanzar un conjunto de objetivos deseados por cada parte independientemente. Esta forma de cooperación se encuentra entre las fusiones y adquisiciones y el crecimiento orgánico.

Alianza del pacífico: La Alianza del Pacífico es una iniciativa de integración regional conformada por Chile, Colombia, México y Perú, oficialmente creada el 28 de abril de 2011 que tiene como principal objetivo construir de manera participativa y consensuada, un área de integración profunda para avanzar progresivamente hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales, personas y economía, Impulsar un mayor crecimiento, desarrollo económico y competitividad de las economías de sus integrantes además de convertirse en una plataforma de articulación política, integración económica y comercial, y proyección al mundo, con énfasis en la región Asia-Pacífico.

Globalización: Proceso histórico de integración mundial en los ámbitos político, económico, social, cultural y tecnológico, que ha convertido al mundo en un lugar cada vez más interconectado, en una aldea global.

Multiculturalidad: primera expresión del pluralismo cultural, que promueve la no discriminación por razones de raza o cultura, la celebración y reconocimiento de la diferencia cultural así como el derecho a ella.

Resumen

El objetivo primordial del presente informe, corresponde a evidenciar las acciones que pueden llevarse a cabo, con miras hacia una reestructuración de su área comercial apuntando al crecimiento regional, nacional e internacional en INDUSTRIAS PICO, de acuerdo a investigaciones, acompañamiento y seguimiento de todos los procesos de los departamentos de la compañía, se muestra el potencial que tiene para seguir creciendo y seguir aportando al sector metalmecánico en la región Santandereana, también se hará visible sus debilidades y las estrategias a seguir para mejorar la situación actual con un enfoque fresco. La estudiante realizara aportes que contribuirán en gran medida al fortalecimiento de la empresa, a ser más competitiva, resaltando y aprovechando las ventajas que posee.

Cada una de las actividades del estudiante fue descrita detalladamente con el fin de que se obtenga una interpretación clara y entendible de lo que se quería dar a conocer, actividades como diagnostico empresarial, análisis de mercado nacional e internacional para exportación, plantear una nueva estructura comercial, todo esto a partir de los conocimientos adquiridos durante el periodo académico y bajo la supervisión de personas expertas en el campo.

Introducción

INDUSTRIAS PICO S.A.S. empresa Santandereana del sector metalmecánico con 34 años de experiencia en el mercado doméstico, se ha resistido con grandes dificultades el fenómeno de la globalización, enfrentando un mercado cada vez más cambiante e impredecible, en virtud de un conjunto de factores relacionados con el ingreso de productos extranjeros, la competencia creciente y los cambios bruscos en la aceptación de nuevas tecnologías, productos y servicios; sumado a ello el comportamiento financiero por el cambio de la divisa y el estable comportamiento de la tasa representativa del mercado TRM.

Por ello en el presente informe el estudiante plasmará la experiencia adquirida en la ejecución de las prácticas empresariales en el área de administración de ventas con un enfoque nacional e internacional donde desempeño funciones asignadas por la empresa con enfoque a encontrar oportunidades en nuevos mercados, contactar proveedores y clientes internacionales.

El informe final de la práctica empresarial presenta los objetivos, perfil de la empresa, funciones, actividades y procesos desarrollados, como parte complementaria en la formación profesional, ejerciendo sinergia directa entre los conocimientos académicos y las experiencias empresariales, permitiendo además fortalecer las competencias habilidades y destrezas para desempeñarse en cargos de mayor responsabilidad en el campo laboral y profesional.

1. Justificación

Las prácticas empresariales son y serán un aspecto fundamental para el futuro de cualquier profesional en negocios Internacionales, al momento de enfrentar la realidad laboral, generar investigaciones con resultados ligados al desarrollo del pensamiento administrativo en donde se da la oportunidad de aplicar, conocer desde el hacer todo lo aprendido en el periodo académico, ponerlo en práctica, y apropiarse de conocimientos y argumentos críticos sobre el desarrollo de los negocios Internacionales, profundizar sobre las diferentes situaciones que se puedan presentar y también ayudar a la búsqueda de soluciones inmediatas con trabajo en equipo, además de fortalecer las capacidades para la toma de decisiones gerenciales..

La experiencia adquirida, es clave para el futuro en el nuevo recorrido que es estudiante emprenderá después de culminar los estudios académicos, son la fortaleza para ubicar claramente su tendencia profesional acorde con su formación habilidades y competencias, desarrollar actitudes y destrezas en los contextos donde le corresponda actuar de manera honesta y responsable. Además, le permite al estudiante, poner a prueba la solidez, coherencia y pertinencia de los enfoques teóricos, metodológicos e investigativos aplicables al objeto de conocimiento específico de estudio y desempeño profesional.

De este modo, ha sido muy satisfactorio y productivo, acompañar el desarrollo de operaciones de negocios en el departamento comercial y ventas con encargo por parte de la gerencia para la Internacionalización del INDUSTRIAS PICO SAS y aproximar al estudiante a ejecutar con la debida diligencia el ejercicio profesional con un tipo de actividad que represente valor agregado para su formación personal y académica.

2. Objetivos

2.1 Objetivo General:

Potencializar las competencias disciplinares y comunicativas, poniendo en práctica los conocimientos teóricos adquiridos durante la formación académica dentro del sector productivo y de servicios para el fortalecimiento de la visión del desarrollo profesional integral.

2.2 Objetivos Específicos:

- Adquirir habilidades y destrezas de organización y planeación para complementar y potenciar la capacidad de aprendizaje.
- Fortalece el manejo de las herramientas técnicas del conocimiento.
- Aprende a ser eficientes y eficaces como miembros de una organización.
- Aprende a manejar y superar problemas personales, administrativos y profesionales.
- Desarrolla y fortalece habilidades investigativas, de manejo de la información y trabajo en equipo.

3 Perfil de la Empresa

3.1 Razón Social de la empresa

INDUSTRIAS PICO S.A.S.

NIT: 900673955-0

3.2 Objeto Social de la empresa

La sociedad tendrá como objeto social las siguientes actividades: Fabricación de muebles, otras instalaciones especializadas, comercio al por menor de electrodomésticos y gasodomésticos e uso doméstico, muebles y equipos de iluminación. Estas actividades se desarrollaran en el país o en el extranjero con entidades particulares, oficiales y públicas como objetivo complementario. Parra desarrollar su objeto social la sociedad podrá, Adquirir toda clase de muebles e inmuebles y enajenarlos, reformarlos, gravarlos, hacer toda clase de operaciones financieras de cualquier índole con la banca privada o pública, ceder créditos, intervenir como asociada en la constitución de toda clase de sociedades que la ley colombiana contemple, hacer uniones temporales , o consorcios, fusionarse absorberse y en general celebrar toda clase de contratos necesarios o pertinentes para los fines sociales, derivados de las actividades antes enumeradas y cuya finalidad sea ejercer los derechos o cumplir las obligaciones legales, contractuales, o comerciales derivadas de la existencia y actividad de la sociedad. Así mismo podrá realizar cualquier otra actividad lícita tanto en Colombia como en el extranjero. La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la actividad de la sociedad.

3.3 Ubicación geográfica de la empresa.

DOMICILIO PRINCIPAL:..... BUCARAMANGA

DIRECCION:CARRERA 19 NO 17-35

TELEFONO:.....57 (7) 6711212 +57 (7) 6951355

JEFE INMEDIATO:HECTOR PICO

CELULAR:316-4703622

PUESTO:.....GERENTE GENERAL

3.4 Misión de la empresa

“INDUSTRIAS PICO es una empresa santandereana, especializada en el diseño, fabricación y comercialización de mobiliario para oficinas, y sistemas de almacenamientos. Equipamos los espacios de trabajo, teniendo en cuenta las necesidades y requerimientos de nuestros clientes, siempre con un enfoque vanguardista.” (Industrias Pico S.A.S., 2015)

3.5 Visión de la empresa

“Consolidarnos en el año 2017 como una empresa reconocida en mobiliario para oficina y sistemas de almacenamiento industrial, manteniendo los mejores estándares de calidad e incursionar en nuevos mercados a nivel nacional.” (Industrias Pico S.A.S., 2015)

3.6 Organigrama de la empresa



Figura 1. Organigrama administrativo de INDUSTRIAS PICO S.A.S.

4. Portafolio de productos y/o servicios de la empresa

- Estantería tipo pesado para Carga Compacta Rack drive-in



Figura 2. Proyecto de estantería tipo pesado realizado por INDUSTRIAS PICO S.A.S.

➤ Estantería Pesada Selectiva - Rack selectivo



Figura 3. Proyecto de estantería tipo manual realizado por INDUSTRIAS PICO S.A.S

➤ Estanterías Para Carga Larga



Figura 4. Proyecto de estantería para carga larga realizado por INDUSTRIAS PICO S.A.S

- Estantería metálica tipo Rack picking - Almacenamiento manual



Figura 5. Proyecto de estantería tipo Rack Prealizado por INDUSTRIAS PICO S.A.S

- Entrepisos y Mezzanines



Figura 6. Proyecto de mezzanines y entrepisos realizado por INDUSTRIAS PICO S.A.S

➤ Arquitectura Interior

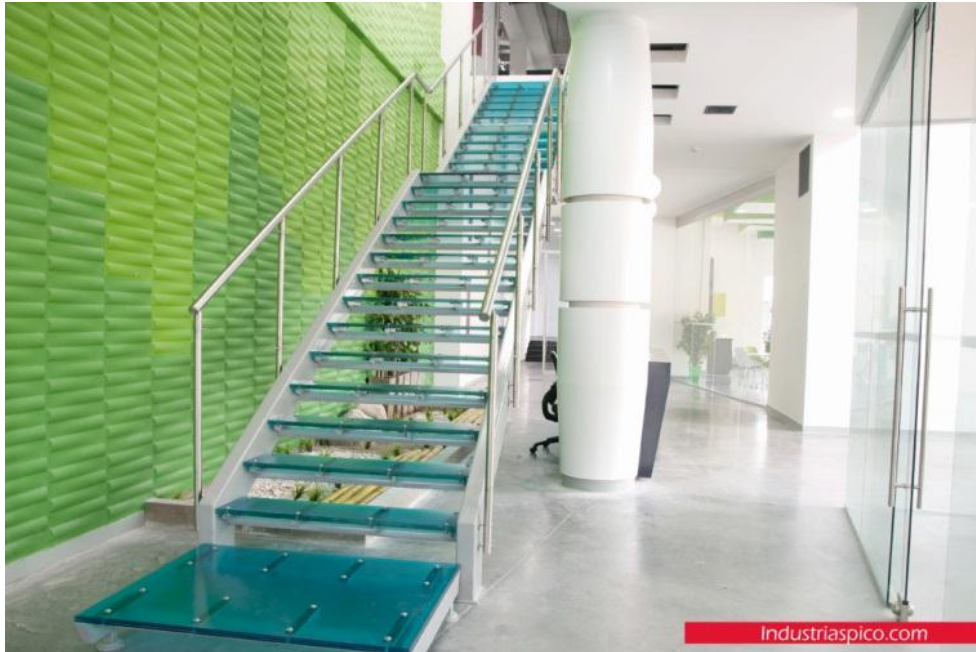


Figura 7. Proyecto de arquitectura en interiores realizado por INDUSTRIAS PICO S.A.S

➤ Distribución de sillas para oficinas



Figura 8. Proyecto de arquitectura en interiores realizado por INDUSTRIAS PICO S.A.S

➤ Acabados arquitectónicos de espacios laborales



Figura 9. Proyecto de arquitectura en interiores realizado por INDUSTRIAS PICO S.A.S

➤ Mobiliario para oficina



Figura 10. Proyecto de arquitectura en interiores realizado por INDUSTRIAS PICO S.A.S

5. cargo:

Administradora de ventas

6. Funciones

6.1 Análisis de mercado nacional y su comportamiento mes a mes, entregar informes de comportamiento de ventas.

Actividades:

- Revisar semanalmente las ventas realizadas a través del CRM de la empresa y hacer un comparativo con respecto a años anteriores, realizando un análisis de las fluctuaciones o variaciones que se presentaron en determinado periodo de tiempo, ya sean positivas o negativas Y presentar informes estadísticos, compartirlos y analizarlos con todos los involucrados para crear estrategias de mejoramiento en el área comercial y de producción, detectar posibles problemáticas que se hayan podido presentar en la ejecución de los proyectos que se estuviesen manejando en el momento y encontrar la manera de solucionarlos.

Tabla 1.

Comportamiento de ventas anual y mes a mes de INDUSTRIAS PICO S.A.S.

	2014		2015		2016	
ENERO	\$	88.485.843,88	\$	92.905.333,75	\$	95.918.432,63
FEBRERO	\$	202.463.945,75	\$	184.961.517,31	\$	211.905.006,88
MARZO	\$	10.878.646,66	\$	97.417.369,86	\$	87.373.109,25
ABRIL	\$	165.262.387,19	\$	97.417.369,86	\$	263.569.160,03
MAYO	\$	434.482.451,08	\$	261.125.643,50	\$	73.474.573,25
JUNIO	\$	131.496.690,69	\$	416.509.083,34	\$	73.233.119,43
JULIO	\$	361.362.377,58	\$	85.727.352,81	\$	123.660.240,69
AGOSTO	\$	167.945.823,38	\$	95.204.181,22	\$	164.791.010,16
SEPTIEMBRE	\$	515.870.176,00	\$	245.587.098,25		
OCTUBRE	\$	94.609.260,75	\$	134.948.765,42		
NOVIEMBRE	\$	43.248.302,00	\$	448.593.239,81		
DICIEMBRE	\$	189.176.152,96	\$	102.135.706,75		

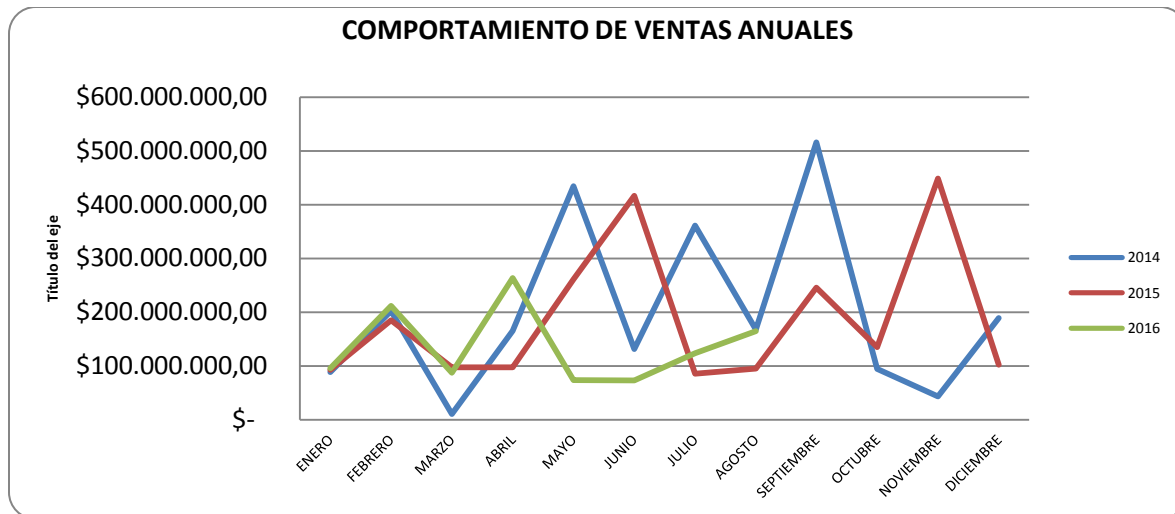


Figura 11. Comportamiento de ventas anuales y mes a mes de INDUSTRIAS PICO S.A.S.

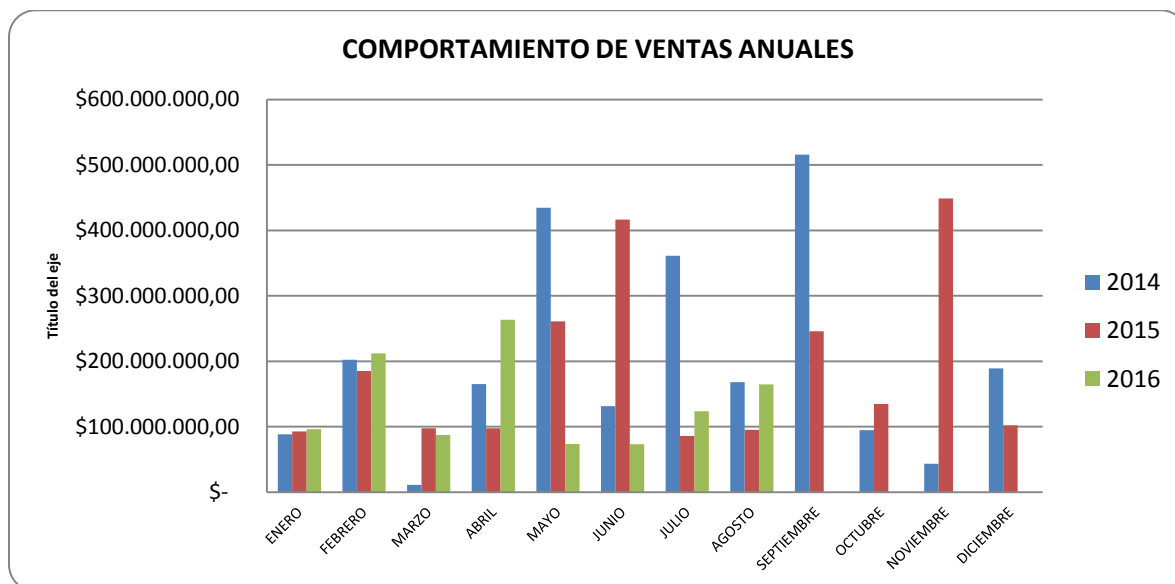


Figura 12. Comportamiento de ventas anuales y mes a mes de INDUSTRIAS PICO S.A.S.

- Estar atento a las noticias en temas de inversión de bodegas, almacenamiento industrial, y buscar los contactos adecuados para el aprovechamiento de estas oportunidades en el momento oportuno, es el caso de las oportunidades presentadas en el marco de la XII Expologística en donde PACTIA empresa que V nace como resultado de la alianza de

Grupo Argos y Concreto que unieron su experiencia, conocimiento y respaldo para desarrollar su estrategia en el negocio inmobiliario, es una compañía que cuenta con inversiones en los sectores de comercio, industria, oficinas, hoteles y auto almacenamiento y que bajo la marca Lógica en el mediano plazo buscará expandir su oferta inmobiliaria para la industria en el país con 75.000 m² para Bodegas San Francisco y Lógica en los corredores Logísticos que llegan a Bogotá y con el desarrollo de un lote de 65 hectáreas ubicado entre la Vía 40 y la Circunvalar de Barranquilla, que Sin duda esté será un proyecto que nos mantendrá a la expectativa como uno de los desarrolladores inmobiliarios industrial a nivel nacional.

Otra gran oportunidad fue la anunciada por el Grupo ZFB en el marco de Expologística, el lanzamiento del megaproyecto llamado MONSÚ, la nueva ciudad industrial y logística del Caribe, ubicado en el kilómetro 29, vía La Cordialidad, (Bolívar), entre las ciudades de Cartagena y Barranquilla. Monsú brindará soluciones para empresas nacionales y del extranjero, aportando al desarrollo económico y fomentando la inversión extranjera en Colombia, articulando cinco proyectos en uno: zona franca, Zona de Actividad Logística (ZAL), parque industrial, parque empresarial y zona de servicios, prometiendo convertirse en un HUB industrial a nivel global, por su ubicación y conectividad con los principales mercados del mundo, como la costa este de los Estados Unidos, Centroamérica y Suramérica.

6.2 Realizar estudio de mercado para países de Latinoamérica, encontrar el mejor perfil logístico de exportación teniendo en cuenta las variables que esto implica, del plan exportador.

Actividades:

- Determinar la necesidad del estudio: Esta investigación es una herramienta útil para enfocar un negocio y el proceso de examinar sistemáticamente la viabilidad de un nuevo proyecto, este tipo de estudios nos ayudarán a entender a los clientes, a nuestros competidores y al mercado en sí mismo.
- Determinar cuál es la información que necesitamos recolectar, en este caso es: partida arancelaria, gravámenes, IVA, si existen acuerdos comerciales, países a los que Colombia importa y exporta, indagar sobre la competencia a nivel nacional e internacional, cuando empezamos a seleccionar a un país con mayor potencial es necesario conocer cuáles la cantidad y monto exportado por ese país. Un ejemplo de lo trabajado fue:

Tabla 2.

Determinación de partida arancelaria para la exportación de hornos de panadería

DATOS GENERALES	
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura
DIAN	85.14.30.90.00
Descripción	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos Hornos eléctricos industriales o de laboratorio, incluidos los que funcionen por inducción o pérdidas dieléctricas; los demás aparatos industriales o de laboratorio para tratamiento térmico de materias por inducción o pérdidas dieléctricas. - Los demás hornos: - - Los demás
Unidad física	u - Unidades o artículos
GRAVAMEN ARANCELARIO	0%
IVA	16%
REGIMEN DE COMERCIO	LIBRE IMPORTACION

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia

Producto: 8514309000 Hornos eléctricos industriales o de laboratorio, incluidos los que funcionen por induccion o pérdidas dieléctricas; los demás aparatos industriales o de laboratorio para tratamiento térmico de materias por induccion o pérdidas dieléctricas: Los demás hornos: Los demás

Tabla 3.

Exportaciones de hornos desde colombia al mundo

Unidad: miles Dólar Americano

SERIE DE TIEMPO ANUAL

PUESTO	Importadores	Valor exportada en 2011	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015
0	Mundo	245	115	37	82	120
1	México	0	0	0	0	82
2	Ecuador	125	61	6	0	29
3	Austria	0	0	0	0	9
4	Bolivia, Estado Plurinacional de	0	0	1	0	0
5	República Dominicana	0	0	1	0	0
6	Argentina	0	0	1	0	0
7	Alemania	0	0	8	0	0
8	Guyana	0	3	0	0	0
9	Corea, República de	0	0	0	66	0
10	Panamá	120	2	2	0	0
11	Perú	0	2	19	15	0
12	Estados Unidos de América	0	8	0	0	0
13	Venezuela, República Bolivariana de	0	39	0	0	0

Fuente: Trade map

Tabla 4.

*Exportaciones de hornos desde Colombia al mundo**Unidad: miles Dólar Americano**SERIE DE TIEMPO ANUAL*

PUESTO	Importadores	Valor unitario, Dólar Americano/Kilograms					Valor exportada en 2015, miles de Dólar Americanos	Cantidad exportada en 2015, Kilograms
		2011	2012	2013	2014	2015		
0	Mundo	44	30	39	8,01	13	120	9.009
1	México				0	11	82	7.400
2	Ecuador	31	28	33		20	29	1.461
3	Austria					66	9	137
4	Bolivia, Estado Plurinacional de			20			0	0
5	Dominicana			14			0	0
6	Argentina			9,62			0	0
7	Alemania			103			0	0
8	Guyana		5,89				0	0
9	Corea, República de				7,33		0	0
10	Panamá	81	29	5,87			0	0
11	Perú		8,64	164	12		0	0
12	Estados Unidos de América		17				0	0
	Venezuela, República							
13	Bolivariana de	0	108				0	0

Fuente: Trade map

Tabla 5.

*Empresas exportadoras de hornos desde colombia al mundo**Unidad: miles Dólar Americano**SERIE DE TIEMPO ANUAL*

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad
ABAREPHOR LTDA	5	4	Colombia	Bogotá
ADEQ INGENIEROS LTDA	5	3	Colombia	Bogotá
C I TERMALTEC S A	4	30	Colombia	Envigado
CALORTEC S A S	4	6	Colombia	Itagui
CALTERMICA INGENIEROS LTDA	3	12	Colombia	Bogotá
CARINI INDUSTRIAL S A	4	1	Colombia	Bogotá
CASTELLANOS SANCHEZ LUIS HERNANDO	4	10	Colombia	Bogotá
COMERCIALIZADORA DE EQUIPOS INDUSTRIALES J Y D LTDA	4	18	Colombia	Bogotá
ELIND S A S	5	3	Colombia	Bogotá
ELORZA BORRERO HAROLD ADOLFO	4	2	Colombia	Bogotá
FERRARI INGENIERIA S A S	3	10	Colombia	Bogotá
HORNOS INDUSTRIALES SAS ESZ Y COMPANIA HORNIL	2	5	Colombia	Bogotá
HYQ HORNOS Y QUEMADORES S A S	3	1	Colombia	Cali
INDUSTRIAS R R S LTDA	1	1	Colombia	Barranquilla
INDUSTRIAS TERRIGENO S A	1	13	Colombia	Medellin
OSORIO CORREA HERNANDO DE JESUS	2	8	Colombia	Medellin
PANEQUIPOS S A S	1	1	Colombia	Barranquilla
PRODUCTOS INDUSTRIALES GARDEN S A	3	40	Colombia	Itagui
PRODUCTOS INDUSTRIALES S A S	4	7	Colombia	Bogotá
SIFAP TECNOLOGIA S A S	3	29	Colombia	Bogotá
TECNINTEGRAL S A S	4	166	Colombia	Bogotá
WILFOR DE COLOMBIA SAS	1	2	Colombia	Bogotá

Fuentes: Dun & Bradstreet

6.3 Realizar diagnósticos generales de la empresa (en la parte comercial, administrativa y de producción) identificar las problemáticas que se presentan y buscar solución a estas.

Actividades:

- Realizar un Análisis D.O.F.A. recopilando información de todos los departamentos de la empresa (administrativo, comercial, y de producción) y hacer un repaso colocando los datos de forma resumida, para tener una visión clara de qué es lo que podemos hacer para cambiar o fortalecer en la empresa. Debilidades que son aquellos factores Internos de la Empresa, las amenazas que son factores externos de la empresa y que puedan ser perjudiciales a corto o medio plazo para nuestro negocio, las fortalezas que son los factores internos de la empresa, consideradas como ventajas y las oportunidades que son los factores externos o del entorno que consiste principalmente en aprovechar mejor las características o circunstancias favorables de todo lo que rodea a la compañía, todo esto resumido en el siguiente cuadro:
- Todo esto se hizo a través de la investigación de cada uno de las áreas de la empresa, a través de la observación y el análisis crítico adquirido en el periodo académico en compañía de un asesor contratado por la empresa llamado German Granados, persona con la cual estoy trabajando en conjunto para que se apliquen y se hagan seguimientos de las soluciones propuestas en este.

Tabla 6.
Presentación a diagnostico general de INDUSTRIAS PICO S.A.S. (Matriz D.O.F.A)

PRESENTACIÓN DIAGNOSTICO GENERAL DE INDUSTRIAS PICO S.A.S.							
DEBILIDADES		FORTALEZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
D1	Carencia de controles permanentes o seguimientos a las áreas operativas (producción y	F1	Manejo de personal de confianza	O1	La existencia en el mercado de paquetes financieros, contables y de gestión humana que buscan la	A1	Implementación de nueva normas ambientales, laborales y contables

	ventas)				eficiencia		
D2	carencia de un sistema de gestión de compras y manejo de proveedores	F2	alianza con proveedores	O2	oferta amplia de capacitación y asistencia técnica	A2	incremento de la tasa de interés de los créditos
D3	carencia de un plan financiero	F3	cumplimiento a las normas legales laborales	O3	personal idóneo en el mercado laboral	A3	baja oferta en el mercado de proveedores: (vidrio laminado)
D4	carencia de una estructura organizacional adecuada y funcional	F4	sistema contable confiable	O4	Nuevas tendencias del mercado: ambientales, sociales, culturales, económicas, legales y políticas.	A4	competidores de bajo costo entrando al mercado
D5	carencia de control y manejo de inventarios y productos terminados	F5	marca reconocida	O5	desarrollo de nuevas líneas de productos en mercados específicos	A5	alto costo de las materias primas
D6	carencia de un sistema de costos adecuados	F6	página web	O6	expansión de mercados regionales, nacionales, internacionales	A6	los cambios en el comportamiento del cliente en la compra de productos (búsqueda de productos innovadores)
D7	carencia de un plan de mercadeo integral	F7	asesoría y atención personalizada al cliente	O7	Licitaciones con empresas públicas y privadas	A7	comercializadores que importan materia prima
D8	carencia de un portafolio de productos vs costo vs precios al mercado	F8	experiencia en mano de obra de la producción	O8	visibilidad y reconocimiento del sector metalmecánico en la región	A8	bajos precios de la competencia

D9	carencia de lista de precios como resultado del portafolio vs costo	F9	el compromiso del trabajo en equipo	O9	establecimiento de nuevos negocios e industrias en la región	A9	adaptación de la competencia a las nuevas tecnologías
D10	incumplimiento en la fecha de entrega de los productos	F10	espacio físico para la fabricación de los productos	O10	devaluación del peso	A10	regular suministro de materias primas en el mercado local=demoras
D11	entregas incompletas	F11	capacidad instalada para atender grandes demandas	O11	existencia en el mercado de nuevos materiales, menos pesados y más resistentes	A11	competencia con tecnología de punta e ingeniería y manejo de productos en estantería
D12	carencia de investigación de mercados de acuerdo a las tendencias actuales	F12	existencia de un área de diseño de producto	O12	disponibilidad en el mercado de tecnologías apropiadas para la producción		
D13	realización del servicio postventa	F13	cuenta con un software de apoyo en el proceso de ventas: CRM	O13	la nueva legislación el trabajo para diseños de productos saludables		
D14	carencia de publicidad a través de redes sociales	F14	compromiso con la organización	O14	educación virtual SENA		
D15	ausencia de políticas comerciales			O15	modalidad de prácticas universitarias		
D16	falencias en la estructuración de las ventas						

6.4 Ser representante de la empresa en eventos promocionales y publicitarios de Cámara de Comercio de Bucaramanga: Santander compra Santander, Alianza del Pacífico.

Actividades

- Evento Santander Compra Santander, primer encuentro de relacionamiento comercial donde el objetivo principal fue el de fortalecer vínculos y estuvo dirigido a los sectores de la salud, agroalimentos, manufacturas, servicios TIC, construcción y turismo, es generar encadenamientos productivos entre los empresarios de la región, lo que, para muchos, significa un escenario en el cual podrán fortalecer los vínculos empresariales.

“La idea es propiciar un espacio para el relacionamiento comercial entre los empresarios, principalmente a los que estén afiliados tanto a la Cámara de Comercio de Bucaramanga como a Fenalco Santander, en el cual puedan conocer empresarios, que les permita ser proveedores de la región. De igual manera, llenar un vacío que puedan tener esos empresarios que estén requiriendo insumos o productos que son comprados en un mercado diferente al santandereano”, señaló Juan Camilo Beltrán Domínguez, presidente ejecutivo de la CCB.



Figura 13. Evento regional Santander Compra Santander. Hotel Chicamosa, 2016

En donde la primera función fue la de programar las citas con empresas a las cuales pudiesen ser una un cliente potencial, la función de la estudiante como representante de la empresa fue la de dar a conocer el portafolio de productos y crear nuevas alianzas con otras empresas con el fin de conseguir beneficios mutuos.

Entre las empresas con las que se dio un contacto directo fueron:

AES CARGO LOGISTICS S.A.S. que es una empresa que ofrece los servicios de alquiler camionetas y volcos, importaciones, logistics, transporte internacional de carga, operadores logísticos, customs broker, trámites vuce, intermediación aduanera, asesoría comercio exterior, y se planteó la expectativas que tiene INDUSTRIAS PICO de expandirse en el mercado internacional, nos ofrecieron su portafolio de productos y un servicio especial para países como ecuador (País con gran potencial económico para la

exportación de hornos) y Perú, que era el de ayudarnos con la realización del estudio de mercado desde allá mismo, también se planteó la posibilidad de importar mobiliario desde china, se habló sobre la posibilidad de traer muestras comerciales y se ha estado trabajando en la búsqueda de proveedores en ese país.

ANDINA DE MODULARES S.A.S. es una empresa fabricante de mobiliario de cocinas, baños, closets y si bien hace parte de nuestra competencia en el área de mobiliario, es una empresa que nos ofreció el servicio de maquila y proveernos de materia prima como MDF y formica para la fabricación de nuestro mobiliario.

DON JACOBO POSTRES Y PONQUES reconocida empresa a nivel nacional nos planteó la necesidad de adquirir estantería tipo pesado para algunos de sus puntos de almacenamiento de alimentos, especialmente harinas. De igual forma INDUSTRIAS PICO dio a conocer su nuevo proyecto de Hornos de Panadería, en donde se mostraron interesados en conocer más y en adquirirlos.

SANDESOL es una empresa que presta a sus clientes el servicio de recolección, transporte, almacenamiento temporal, tratamiento y disposición final de residuos industriales y hospitalarios (respel), es el caso de INDUSTRIAS PICO, por manejar desechos de cortes láminas, vidrio, entre otras.

Se obtuvieron buenos resultados con empresas como ESPUMAS SANTANDER, donde se consiguió crear una alianza estratégica para proveernos de espumas (materia prima para la fabricación de mobiliario) y también plantaron la necesidad de un mezanine y estantería tipo pesado.

Otro resultado importante fue con una empresa llamada GRI GESTION DE RESPONSABILIDAD INTEGRAL S.A. que brinda asesoría, consultoría y acompañamiento integral en las áreas de seguridad y salud en el trabajo, disciplina operativa, seguridad de procesos, medio ambiente, Gestión Social y Gestión Contractual de sus cliente, complementando a INDUSTRIAS PICO en todos los proyectos en los que participa y a la vez GRI GESTION recomendando a INDUSTRIAS PICO como proveedor de sistemas de almacenamiento industrial para la mejora de los procesos logísticos de sus clientes.

Otros encuentros directos fueron con HOTEL PLAZUELA REAL (interesados en mobiliario), A VESTIR CONFECCIONES (interesados en estantería tipo pesado para sus bodegas) servicio de aprendizaje SENA, entre otras.

- INTEGRACION REGIONAL ALIANZA DEL PACIFICO fue un evento que buscaba profundizar la integración entre las economías de Colombia, Chile, México y Perú y definir acciones conjuntas para la vinculación comercial con Asia Pacífico, sobre la base de los acuerdos comerciales bilaterales entre los Estados que la conforman. Tuvo lugar en el hotel Punta Diamante los días 4 y 5 de agosto. El procedimiento fue muy parecido al del encuentro empresarial de Santander Compra Santander, INDUSTRIAS PICO tuvo una participación importante en este evento, donde en un Stand se quiso mostrar un poco de lo que hace y lo que lo representa. El evento reunió a más de 400 empresarios no solo de Santander sino también del resto de Colombia, Chile, México y Perú. El evento internacional de integración regional, que fue liderado por el Word Trade Center Bucaramanga y la Cámara de Comercio de Bucaramanga, contó con talleres, paneles y

conferencias a cargo de expertos nacionales e internacionales, además de una rueda de negocios y una muestra comercial.



Figura 14. Evento internacional de integración regional Alianza del Pacifico, Hotel Punta Diamante, 2016



Figura 15. Participación de INDUSTRIAS PICO S.A.S. en Evento internacional de integración regional Alianza del Pacifico, Hotel Punta Diamante, 2016.

La invitación era directamente para que el sector empresarial viviera una experiencia de negocios reales, de fortalecimiento y desarrollo de nuevas conexiones y aliados estratégicos, aprovechando esta nueva puerta que se abre hacia un mercado más integrado entre cuatro de las más importantes economías de Latinoamérica y los países que actúan como observadores.



Figura 16. Participación de INDUSTRIAS PICO S.A.S. en Evento internacional de integración regional Alianza del Pacífico, Hotel Punta Diamante, 2016

6.4 Administrar sistema CRM de la empresa.

Actividades:

- Groobix es una herramienta que ha facilitado la ejecución de innumerables actividades de forma organizada y rápida en el área comercial, administrativa y de producción. permite

mantener la supervisión del equipo de ventas de la empresa, coordinando las actividades y teniendo una visión con más oportunidades de negocios.

La función del estudiante fue la de estar atento a todas las actividades que se desarrollan a partir de esta herramienta, solicitud de cotizaciones, del desarrollo y avance de todos los proyectos que se estén manejando, es decir, manejar todo el proceso de ventas en cada una de sus etapas: Detención, análisis, presupuestación y negociación. Llevar un orden en todo el proceso comercial mostrando las oportunidades de ventas y haciendo un seguimiento intensivo de estas. (apéndice-)

Para mantener el control fue necesario aprender todo el proceso:

- Oportunidad de negocio y como aprovecharla.
- Propuesta comercial o cotización.
- Presentación de diseño del espacio en planos y render.
- Venta.
- Contratación.
- Facturación.
- Todo el proceso de producción.
- Organización y logística para la entrega.
- Atención al cliente.

Pondremos como ejemplo a uno de los últimos proyectos manejados por la empresa NEWREST SERVAIR CATERING COLOMBIA S.A.S. ZF que es una empresa ubicada en Francia y está montando operaciones en la ciudad de Bogotá. Compró varios módulos

y cerramientos de estantería antisísmica tipo pesado, cerramientos metálicos, mallas de protección y protectores metálicos.

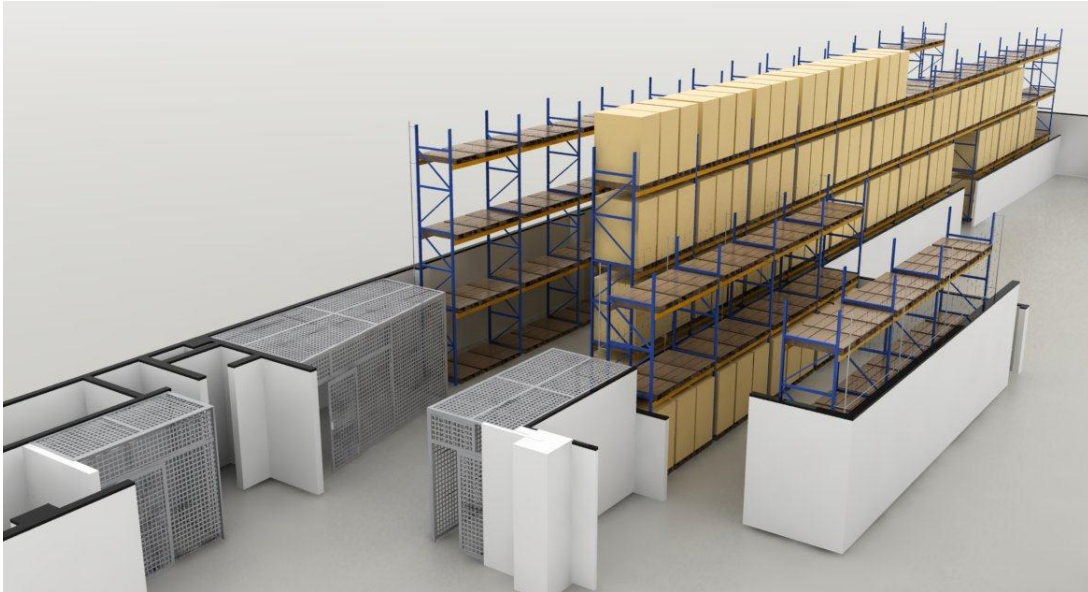


Figura 17. Presentacion de Renders de INDUSTRIAS PICO S.A.S. para proyecto Servair, Zona Franca Bogotá

El departamento de diseño envía propuesta al cliente, este decide si hacerle cambio en distribución y una vez aprobado se procede a realizar costeo del proyecto.



Figura 18. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016



Figura 19. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016.



Figura 20. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016.

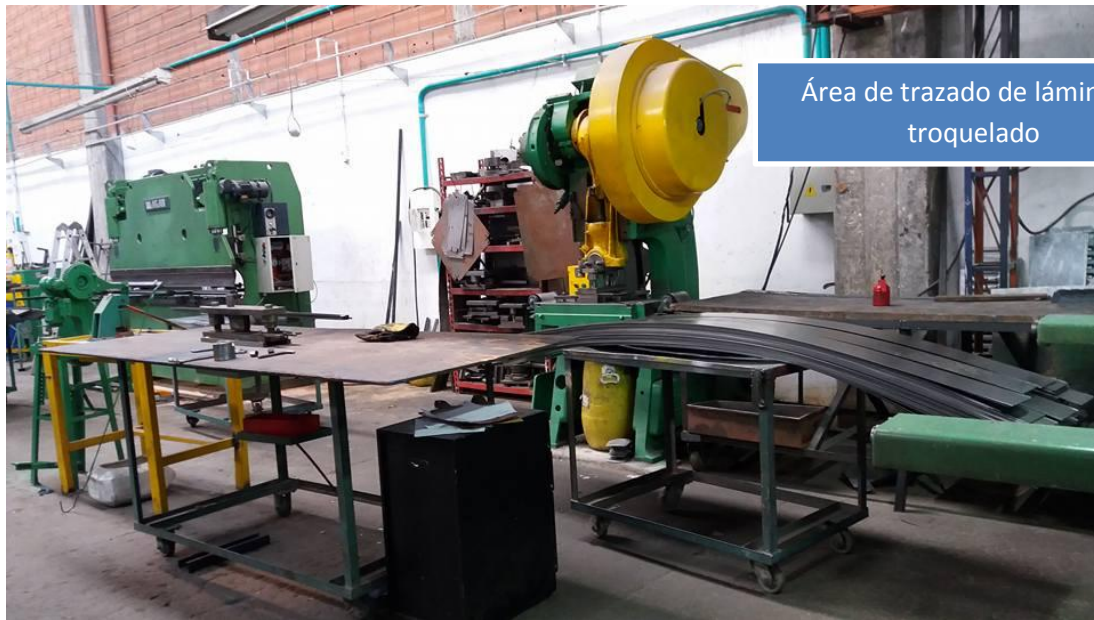


Figura 21. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016.



Figura 22. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016.



Figura 23. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016.



Figura 24. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016.



Figura 25. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016.



Figura 26. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016.

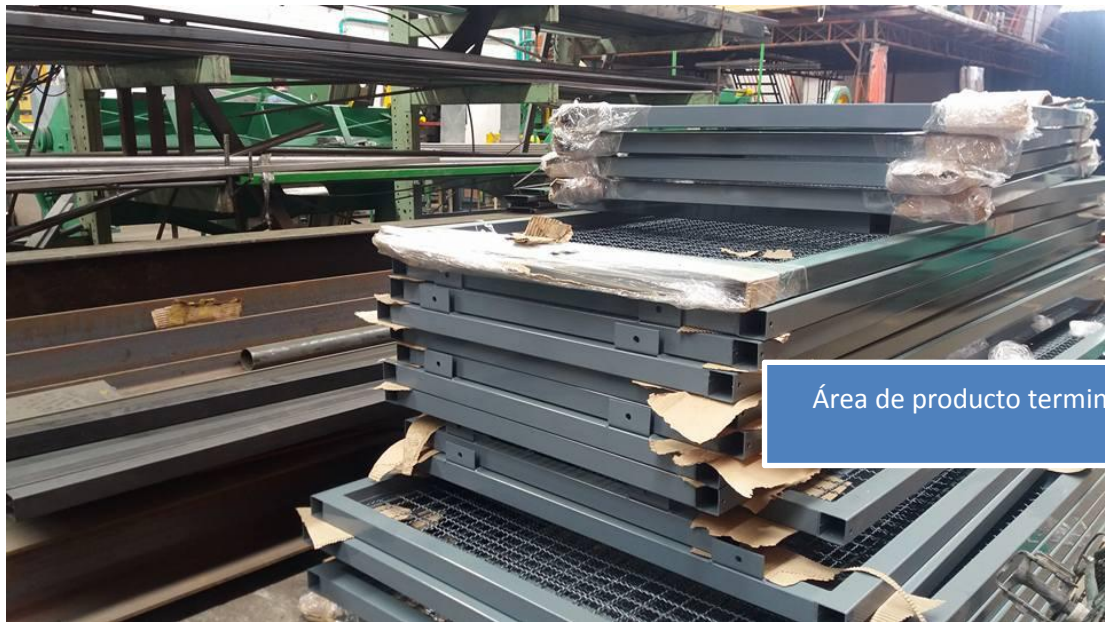


Figura 27. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016



Figura 28. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016



Figura 29. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016



Figura 30. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016



Figura 31. Planta de producción INDUSTRIAS PICO S.A.S. Bucaramanga, 2016

Sacamos semanalmente programación de actividades de cada proyecto en cada una de las etapas de producción, con el fin de establecer tiempos y las entregas se realicen en el tiempo estipulado.

6. Marco conceptual y normativo

6.1- Sector Metalmecánico en Santander y Colombia

Gracias a las campañas de promoción, se han podido mostrar al sector nacional de la construcción las ventajas de las edificaciones con estructuras metálicas, tales como la sismo resistencia y la flexibilidad.

Se promovieron misiones exploratorias y comerciales hacia mercados potenciales de compra como Perú, Costa Rica y Guatemala.

Se apoyó el programa “Compre Nacional en Condiciones de Competitividad” que busca que las millonarias inversiones que está recibiendo Colombia en materia de petróleos, minas e infraestructura se aprovechen para desarrollar la industria manufacturera colombiana.

El sector implementó capacitaciones a trabajadores con experiencia en soldadura, en metodología y desarrollo de capacidades para enseñar a otras personas de la empresa y de esta manera multiplicar los conocimientos y asegurar la oferta laboral para el sector.

Se actualizaron las normas técnicas vitales para el sector, tales como las relacionadas con galvanizados, aceros planos, tubería y estructuras metálicas.

6.2. Razones de expansión Internacional de Industrias pico.

- Permitir el crecimiento del sector metalmecánico a nivel regional, nacional e internacional.
- Descubrir mercados donde existan oportunidades de participación

- Hacer alianzas estratégicas con empresas extranjeras para ser representados en el exterior y reducir costos logísticos y de comercialización, mejorar la eficiencia y diversificar productos.
- Aprovechar ventajas comparativas y las oportunidades de mercados ampliados a través de acuerdos preferenciales.
- Buscar mayor rentabilidad en los mercados internacionales y asegurar la existencia de la empresa a largo plazo, debido a la creciente competencia que se presenta en la actualidad.
- Necesidad de involucrarse en el mercado mundial por la globalización de la economía.
- Ganar prestigio en la región como una empresa de reconocimiento nacional e internacional en el sector metalmecánico.
- Proveer a mercados nacionales e internacionales de productos que en la actualidad están siendo importados a un alto costo.

6.3 Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales

El Centro Identifica los sectores con mayor potencial exportador a los mercados con acuerdos comerciales y determina los cuellos de botella y las acciones remediales para poder aprovechar las oportunidades derivadas de dichos acuerdos.

El CAAC es entonces un articulador entre la oferta exportable y las posibilidades de llegar a los mercados internacionales a través de la remoción de los obstáculos que impiden al empresario colombiano estar en condiciones de exportar sus bienes o servicios.

El público objetivo del CAAC son todos los sectores de la producción con énfasis en aquellos con potencial exportador para cada mercado y que estén interesados en exportar.

7. Aportes

7.1. Aportes de la empresa al estudiante

- Obtener los conocimientos del área comercial de una compañía, realizar una reestructuración de esta y enfrentar situaciones reales de la empresa aplicando conocimientos a problemas prácticos.
- Aprender a trabajar en equipo, manteniendo objetivos y metas claras.
- Aprender a administrar CRM y mantener el control de las actividades establecidas.
- Aprender a desarrollar el tema de contratación, ya sea con empresas públicas o privadas.
- Conocer como es el sistema de costeo
- Desarrollar habilidades para la solución de problemáticas.
- Crecimiento personal y profesional.
- Conocer centros logísticos y distribución además de su funcionamiento.
- Aprender a manejar las relaciones interpersonales con mi equipo de trabajo.

7.2. Aportes del estudiante a la empresa

- Ser generador de soluciones mediante búsqueda de aportes a las problemáticas que se pueden presentar en el área comercial.
- Soporte y apoyo permanente a la parte comercial de la empresa
- Proporciona talento humano de calidad y desarrollo de habilidades particulares.
- Generar orden en los procesos del área comercial.

8. Conclusiones

Las prácticas profesionales construyeron en el estudiante nuevas aptitudes y fortalezas para poder enfrentarse a un ambiente laboral exigente y con necesidades de respuesta rápida, ayudo significativamente a crecer de forma profesional y personal a desarrollar habilidades y a crear argumentos propios sobre las circunstancias que rodean un ambiente laboral, se logró un relacionamiento significativo con otras empresas del sector con el fin de conseguir el crecimiento del este a nivel regional y nacional.

Al realizar mis practicas no solo fui muy bien recibida por todos y cada uno de los miembros de la organización si no también aprendí a realizar muchas cosas de todas las áreas de empresa, conocí del área producción, administrativa y principalmente comercial, desempeñando funciones en donde se me dio la oportunidad de dar grandes aportes en beneficio de la empresa y de mi misma como profesional. Aprendí a trabajar en equipo y a construir relaciones sólidas y estables en un ambiente laboral exigente.

9. Recomendaciones

- Crear una nueva cultura organizacional, con enfoque a resultados óptimos.
- Crear una nueva estructura comercial con todas las herramientas necesarias para el buen funcionamiento de este departamento.
- Ampliación de la capacidad de producción para atender a los nuevos mercados adaptándose a las nuevas tecnología e innovación.
- Aprovechamiento de los acuerdos comerciales que Colombia posee para entrar a nuevos mercados.
- Continuar con un plan de mercadeo adecuado para crear recordación de marca
- Realizar evaluación y análisis de la competencia a nivel regional y nacional
- Aprovechamiento de los acuerdos comerciales que Colombia posee para entrar a nuevos mercados

Referencias Bibliograficas

Colombia Trade. [En línea] : <http://www.colombiatrader.com.co/>

Trade Map. [En línea] <http://www.trademap.org/Index.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>

SECOP. . [En línea] Disponible en:

<https://www.contratos.gov.co/consultas/resultadoListadoProcesos.jsp#>

CAMARA DE COMERCIO BUCARAMANGA: [En línea] Disponible en:

<http://www.camaradirecta.com/soy-empresario>

Universidad Santo Tomas de Bucaramanga. [En línea] Disponible en: www.ustabuca.edu.co

El Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales: [En línea] Disponible en:

<http://www.mincit.gov.co/caac/publicaciones.php?id=9304>

Apéndice A. Anexos

Industrias Pico

Facturación y Ventas

Cheques

Cobros

CRM Ventas

Atención a Clientes

Inventario

Pedidos

Proyectos

Cotizaciones

Internet Blog

Control de Horas

Contactos

eMail Marketing

Calendario del Negocio

Documentos

Notas

Tareas

Web Forms

Configuración

Soporte

HECTOR PICO Idioma Importar Datos Configurar Cuenta Agrega un Usuario Ayuda Sal

Inicio Calendario Mensajes 2 Titulares Tienda Groob

INDUSTRIAS PICO SAS Inicio

11 Tareas Nuevas Agregar Tarea

85 Clientes Nuevos Agregar Cliente

137 Oportunidades y Cotizaciones Agregar Cotización

Bandeja de Entrada Control de Actividad Comience Aquí

Demorado 483

Cotizaciones - hace 2 días

MODULOS DE ESTANTERIA

\$ 2,561,976.00

Cotizaciones - hace 2 días

SILLAS GERENCIALES

\$ 3,793,374.00

Tareas - hace 2 días

Definir medidas de mallas pendientes

Esta pendiente definir medidas de las secciones C4 y C5.

Atención a Clientes - hace 4 días

DELTHAC 1

para informarle que se han presentado daños con algunos cajones del archivo rotante y en el día de hoy se cayó un cajon, Agradezco su amable colaboración

CRM Ventas - hace 1 semana

Le hice hoy llamada y le deje mensaje de voz , lo llamare nuevamente hoy en la tarde y le enviare email

COMDIABASTOS S.A.S.

ESTANTERIA TIPO RACK

Ver todos los 483 items

industrias pico

equipo de trabajo

admin HECTOR PICO Ingresó: Hoy Cambiar

Produccion Fabrica Ingresó: Hoy

KENICKIE VALDÉS Ingresó: Hoy

Idia Pico Perdomo Ingresó: Ayer

Jonatan Pico Perdomo Ingresó: Ayer

Fernando Contreras Larios Ingresó: Ayer

Cesar A Jimenez Ingresó: hace 4 días