

**PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS QUE PERMITA INCENTIVAR LA CULTURA EXPORTADORA DE
EMPRESAS DE LA REGIÓN EN EL CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO.**



**KAREN JINETH REYES PEÑA
ID: 88778**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA
ESCUELA DE INGENIERÍAS Y ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
FLORIDABLANCA
2012**

**PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS QUE PERMITA INCENTIVAR LA CULTURA EXPORTADORA DE
EMPRESAS DE LA REGIÓN EN EL CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO.**



**KAREN JINETH REYES PEÑA
ID: 88778**

Informe Final

Tutor: Mónica Angarita

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA
ESCUELA DE INGENIERÍAS Y ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
FLORIDABLANCA
2012**

TABLA DE CONTENIDO

	pág.
1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA	12
1.1 NOMBRE.....	12
1.2 MISIÓN.....	12
1.3 VISIÓN	12
1.4 ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	12
1.4.1 Servicios para el Inversionista	13
1.4.2 Servicios para Exportadores.....	13
1.4.3 Servicios para Empresarios de Turismo	13
1.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	14
1.6 TELÉFONO	15
1.7 DIRECCIÓN	15
1.8 RESEÑA HISTÓRICA	16
1.9 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA ESPECÍFICA DE TRABAJO	17
1.10 SUPERVISOR TÉCNICO	17
2. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA	18
3. ANTECEDENTES.....	19
4. JUSTIFICACIÓN.....	20
5. OBJETIVOS.....	21
5.1 OBJETIVO GENERAL.....	21
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	21
6. MARCO TEÓRICO	22
6.1 PLAN DE CAPACITACIÓN.....	22
6.1.1 Estructuración.....	22
6.1.2 Elaboración.....	22
6.1 VÍNCULO UNIVERSIDAD-EMPRESA-ESTADO.....	24
7. ACTIVIDADES DESARROLLADAS.....	27
8. IMPLEMENTACIÓN DE PROPUESTAS.....	30
CONCLUSIONES.....	31
RECOMENDACIONES.....	32

ANEXOS..... 33
BIBLIOGRAFÍA..... 70
WEBGRAFÍA..... 94

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Plan Estratégico 2011 – 2015. UPB seccional Bucaramanga	26
Tabla 2. Contenido General del Programa de Capacitación	27















LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Estructura Organizacional Proexport Colombia	14
Figura 2. Estructura Organizacional Ofireg Bucaramanga	15
Figura 3. Oficinas y Representaciones Comerciales Proexport Mundo	36
Figura 4. Oficinas ZEIKY en Colombia.	40
Figura 5. Proceso de Evaluación de Empresas Nuevas	41
Figura 6. Trazabilidad Solicitud de Información Empresarios Proactivos y Reactivos.	42
Figura 7. Proceso de Asistencia Técnica	44
Figura 8. Proceso de Desarrollo Plan Exportador	46
Figura 9. Proceso de Desarrollo Sondeo de Mercado	48
Figura 10. Proceso de Programación Agenda Comercial	49

LISTA DE ANEXOS

	pág.
ANEXO A. Desarrollo del Contenido	34
ANEXO B. Material de Trabajo	52
ANEXO C. Material Didáctico-Práctico	69
ANEXO D. Respuestas Material Didáctico-Práctico	87

GLOSARIO¹

-  **OFICOM:** Oficina Comercial de Proexport fuera de Colombia.
-  **OFIREG:** Oficina Regional de Proexport dentro de Colombia.
-  **ZEIKY:** Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior.
-  **Empresa Proactiva:** Empresa que trabaja de la mano y como socio con Proexport.
-  **Empresa Reactiva:** Empresa que solicita esporádicamente los servicios de Proexport.
-  **Plan de Acción:** Documento contenido en el Plan Exportador que recopila todas las actividades de promoción requeridas por la empresa para penetrar o consolidar sus mercados de exportación.
-  **Macrosector:** Área que comprende varios sectores con alto potencial de exportación. En Proexport también se conoce como “Gerencia”.
-  **Showrooms:** Salas de Exhibición.
-  **Rueda/Macrorrueda de Negocios:** Espacio que permite a empresarios exportadores y posibles compradores reunirse directamente para intercambiar ideas de negociación y oferta de productos y/o servicios.
-  **Feria Internacional:** Macroeventos donde participan compradores y vendedores a nivel mundial. Se puede categorizar según los productos y/o sectores participantes.
-  **Stand:** Espacio o área de ubicación de una empresa o país en una feria o evento internacional.
-  **Internacionalización:** Proceso de globalización mundial.
-  **Alianza:** Convenio entre Proexport y entidades nacionales con el fin de brindar mayores beneficios a empresarios Colombianos.
-  **Retroactivo:** Tiempo de gracia que poseen los empresarios para solicitar el reembolso de dinero empleado en alguna actividad organizada por Proexport.

¹ PROEXPORT COLOMBIA.

RESUMEN GENERAL

TÍTULO: PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS QUE PERMITA INCENTIVAR LA CULTURA EXPORTADORA DE EMPRESAS DE LA REGIÓN EN EL CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO.

AUTOR: KAREN JINETH REYES PEÑA

FACULTAD: INGENIERÍA INDUSTRIAL

TUTOR: MÓNICA PAOLA ANGARITA

RESUMEN

Este proyecto de grado fue desarrollado en Proexport Colombia Regional Bucaramanga, según necesidades manifestadas en el eje de exportaciones frente al bajo aprovechamiento de las oportunidades de negocio ofrecidas por la entidad del gobierno a través de los servicios que conforman su amplio portafolio. De acuerdo a los testimonios expresados por la Regional, esta actitud reactiva de los empresarios se debe a la falta de cultura exportadora en Santander, por lo que se hace necesario generar un programa de capacitación de los servicios ofrecidos por Proexport Colombia, los cuales buscan aumentar el nivel de exportaciones del país y aportar al crecimiento de la participación empresarial en el proceso de internacionalización.

Los principales destinatarios de este programa son los estudiantes universitarios que serán parte del equipo laboral de empresas de la región en el corto, mediano y largo plazo.

La estructuración del plan de capacitación incluye aspectos como el contenido temático, módulos, intensidad horaria, metodología, evaluación y demás elementos esenciales que apuntan al cumplimiento del objetivo que dio origen a esta propuesta y que busca dar solución a la situación manifestada por la entidad.

Cabe resaltar que el proyecto trabajado sólo incluye la etapa de programación y estructuración de la capacitación, sin desconocer, que el proceso de implementación posterior ocupa un rol fundamental a la hora de medir la efectividad del tema desarrollado.

PALABRAS CLAVES: oportunidad de negocio, cultura exportadora, capacitación, internacionalización, exportaciones.

GENERAL SUMMARY

TITLE: PROPOSAL OF A TRAINING PROGRAM FOR UNIVERSITY STUDENTS WHICH WILL ALLOW TO ENCOURAGE EXPORT BUSINESS CULTURE OF THE REGION IN THE SHORT, MEDIUM AND LONG TERM.

AUTHOR: KAREN JINETH REYES PEÑA

FACULTY: INDUSTRIAL ENGINEERING

DIRECTOR: MÓNICA PAOLA ANGARITA

ABSTRACT

This project was developed in Proexport Colombia seat Bucaramanga, according to expressed needs in exports axis compared to the low use of the business opportunities offered by the entity of the government through the services that make its extensive portfolio. According to the testimonials expressed by the Bucaramanga Regional of the entity, this reactive attitude of employers is due to the lack of export culture in Santander, so it is necessary to propose a training program about the services offered by Proexport Colombia, which seek to increase the level of exports of the country and contribute of the business involvement growth in the internationalization process.

The main target of this training program is university students who will be part of the team work of companies in the region in the short, medium and long term.

The training plan structure includes aspects such as the syllabus, methodology, time intensity, evaluation and other essential elements to achieve the main objective which lead to this proposal that seeks to solve the current situation expressed by the entity.

It is necessary to note that the project only includes the training structuring step, without ignoring that implementation process afterwards is a fundamental role in the effectiveness measuring of the main topic.

KEYWORDS: business opportunity, export culture, training, globalization, exports.

INTRODUCCIÓN

El proceso de internacionalización debe ser considerado como prioridad empresarial a nivel nacional debido a la amplia gama de oportunidades que se han generado a raíz de la actual aprobación de Tratados de Libre Comercio a los países de Canadá, Estados Unidos, Panamá, Chile, Corea del Sur, entre otros, lo cual permite estar a la vanguardia de la globalización mundial.

Proexport Colombia como entidad encargada de la promoción de las exportaciones no tradicionales, el turismo y la inversión extranjera, representa un papel fundamental en dicho proceso de internacionalización del país. Adicionalmente, Proexport propone una serie de estrategias que apoyan al empresario a incursionar en nuevos mercados, a pesar de los inconvenientes que se presentan en la economía Colombiana, ya sea por situaciones climáticas drásticas, cambios en el valor de la moneda nacional frente a divisas robustas, etc.

A nivel regional, la entidad ha diagnosticado previamente la reactividad de los empresarios en la participación de eventos y servicios ofrecidos en pro de la globalización del departamento, dicha apatía o no aprovechamiento de las posibles oportunidades de negocio se debe a la falta de cultura exportadora. Por lo tanto, se propone la realización de un programa de capacitación direccionado principalmente a estudiantes universitarios que contribuyan con la divulgación de los servicios ofrecidos por Proexport al vincularse al equipo laboral de empresas Santandereanas en el corto, mediano y largo plazo.

A pesar de que la propuesta sólo abarca la estructuración del plan de capacitación, se espera que, una vez sea implementado, se logren evidenciar resultados positivos con el aumento del número de empresas proactivas de la región de tal manera que se contribuya al crecimiento de la participación de Santander en las exportaciones Colombianas y a su vez, la industria del Departamento sea reconocida a nivel mundial.

1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

1.1 NOMBRE

Fiducoldex - Proexport Colombia - Regional Bucaramanga

1.2 MISIÓN²

Contribuir al crecimiento sostenible de Colombia, a la diversificación de mercados, a la transformación productiva, a la generación de empleo y al posicionamiento de Colombia a través de la promoción de las exportaciones de bienes no tradicionales y servicios, el turismo internacional y la inversión extranjera. Para ello, Proexport cuenta con un equipo de profesionales en diferentes oficinas nacionales e internacionales que con un proceso sistemático buscan la identificación, seguimiento y cruce de oportunidades.

1.3 VISIÓN³

En 2014 continuaremos siendo la organización modelo en Latinoamérica en promoción de exportaciones, turismo e inversión extranjeros, para lo cual seguiremos adaptando los servicios a las necesidades de nuestros clientes en Colombia y en los mercados internacionales. Enfocaremos nuestras fortalezas en la generación de empleo y la reducción de la informalidad, promoviendo la diversificación de los mercados y de los productos mediante el conocimiento y la innovación, y aprovecharemos las alianzas nacionales e internacionales para generar sinergias que contribuyan a alcanzar sus metas.

1.4 ACTIVIDAD ECONÓMICA⁴

La promoción de las exportaciones no tradicionales, la atracción de inversión extranjera directa en Colombia y el posicionamiento del país como destino turístico de talla mundial, son los principales ejes en los que centra su trabajo Proexport Colombia.

A través de la red nacional e internacional de oficinas, ofrece apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios.

De manera general, Proexport fomenta la realización de negocios internacionales a través de:

² Proexport Colombia: Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones [En Línea]. 2011 [Citado Septiembre 10 de 2011]. Disponible en internet: <<http://www.proexport.com.co/proexport/que-es-proexport/mision-y-vision>>

³ Proexport Colombia: Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones [En Línea]. 2011 [Citado Septiembre 10 de 2011]. Disponible en internet: <<http://www.proexport.com.co/proexport/que-es-proexport/mision-y-vision>>

⁴ Proexport Colombia: Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones [En Línea]. 2011 [Citado Septiembre 10 de 2011]. Disponible en: <<http://www.proexport.com.co/proexport/que-es-proexport>>

- Identificación de oportunidades de mercado.
- Diseño de estrategias de penetración de mercados.
- Internacionalización de las empresas.
- Acompañamiento en el diseño de planes de acción.
- Contacto entre empresarios a través de actividades de promoción comercial, inversión y turismo internacional.
- Servicios especializados a empresarios extranjeros interesados en adquirir bienes y servicios colombianos o en invertir en Colombia.
- Alianzas con entidades nacionales e internacionales, privadas y públicas, que permitan ampliar la disponibilidad de recursos para apoyar diferentes iniciativas empresariales y promover el desarrollo y crecimiento del portafolio de servicios.

1.4.1 Servicios para el Inversionista⁵

- Información que responde a necesidades específicas.
- Contactos con el sector público y privado.
- Organización de agendas y acompañamiento durante la visita a Colombia.
- Atención a los inversionistas instalados en el país.
- Todos los servicios son gratuitos y la información suministrada durante el proceso se administra con total confidencialidad.

1.4.2 Servicios para Exportadores⁶

- Información
- Asesoría especializada
- Formación en exportación
- Estudios de mercado
- Fortalecimiento de la Capacidad Exportadora
- Promoción
- Eventos

1.4.3 Servicios para Empresarios de Turismo⁷

- Actividades de promoción
- Proyectos de gestión
- Viajes de familiarización (Fam trips)
- Seminarios de entrenamiento (Workshops)
- Macrorruedas de turismo
- Participación en ferias internacionales

⁵ Proexport Colombia: Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones [En Línea]. 2011. [Citado Septiembre 10 de 2011]. Disponible en internet: <<http://www.proexport.com.co/proexport>>

⁶ Proexport Colombia: Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones [En Línea]. 2011. [Citado Septiembre 10 de 2011]. Disponible en internet: <<http://www.proexport.com.co/proexport>>

⁷ Proexport Colombia: Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones [En Línea]. 2011. [Citado Septiembre 10 de 2011]. Disponible en internet: <<http://www.proexport.com.co/proexport>>

- Portal para descubrir a Colombia y, al tiempo, tener una guía para promocionar los mejores destinos y actividades en el país.

1.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Proexport Colombia se encuentra conformado por un equipo de trabajo distribuido en 19 oficinas comerciales y representaciones fuera del país, y en 7 oficinas regionales dentro de Colombia, cubriendo el mercado nacional e internacional.

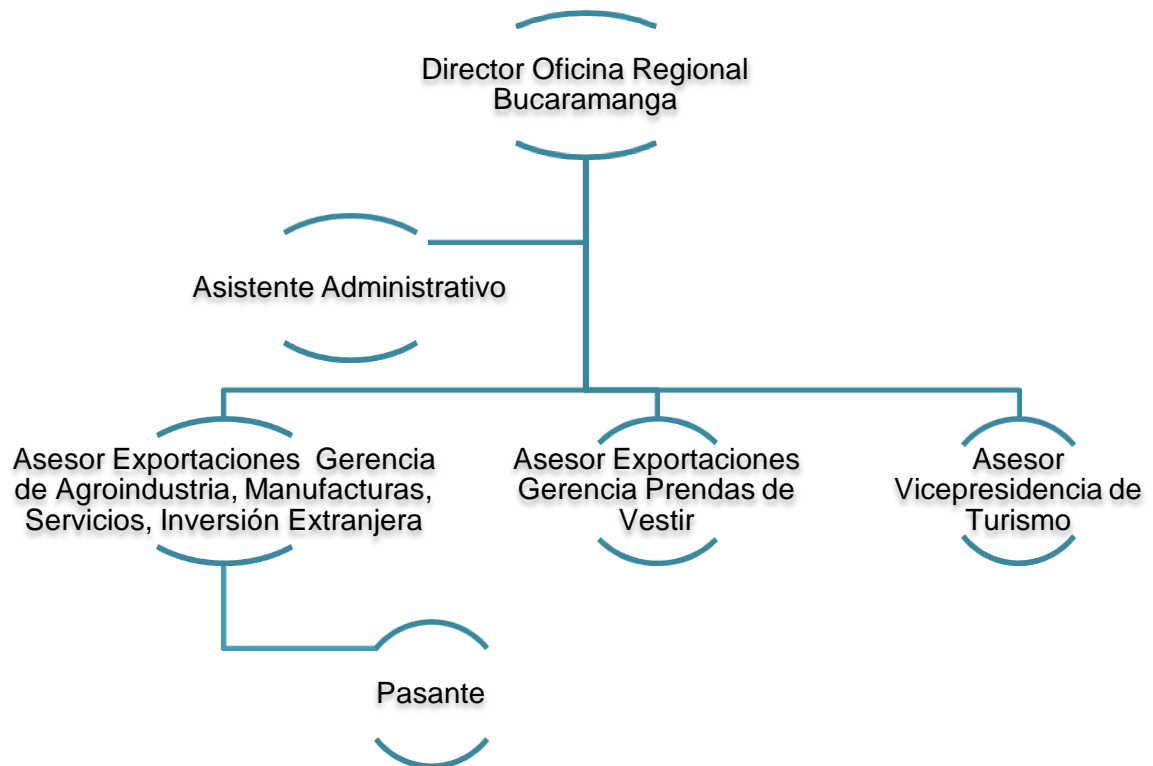
Figura 1. Estructura Organizacional Proexport Colombia



Fuente: Proexport Colombia. Portal web: <http://www.proexport.com.co/sites/default/files/images/pxp-organigrama.png>

La Regional Bucaramanga cuenta con 4 empleados de nómina y 1 pasante. Cabe resaltar que el cargo de asesor Exportaciones Gerencia de Agroindustria, Manufacturas, Servicios e Inversión Extranjera, es desempeñado por el Director de la Oficina Regional.

Figura 2. Estructura Organizacional Ofireg Bucaramanga



Fuente: Proexport Regional Bucaramanga

1.6 TELÉFONO

(57-7) 6849605 / 6849608 / 6382278

1.7 DIRECCIÓN

Calle 31ª N° 26-15 Centro Empresarial La Florida, Oficina 706
Cañaveral – Floridablanca, Santander

1.8 RESEÑA HISTÓRICA⁸

La Ley 7 de 1991 regula el comercio exterior del país y a través de ella se crea el Ministerio de Comercio Exterior y el Banco de Comercio Exterior, entre otras entidades. Además, se confieren autorizaciones y otras disposiciones con base en las cuales el año siguiente se crea Proexport.

Proexport nació en noviembre de 1992 como un fideicomiso con recursos públicos y régimen administrativo de carácter privado, según los lineamientos establecidos en el decreto 2505 de 1991. Se constituyó mediante la celebración de un Contrato de Fiducia Mercantil entre la nación, representada por Bancoldex y la Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S.A. Fiducoldex, filial de Bancoldex. Los recursos con los que se creó este fideicomiso, corresponden a bienes recibidos del antiguo Proexpo, (encargado de la administración de servicios o instrumentos financieros y no financieros para las exportaciones) y al 25% de acciones de Bancoldex.

En la ejecución del contrato de Fiducia, Fiducoldex -en calidad de Fiduciario- asumió el manejo administrativo, financiero y jurídico del fideicomiso, de tal manera que Proexport debía responder de manera exclusiva por la tarea de promoción de exportaciones no tradicionales para dar cumplimiento al propósito por el cual fue creado: prestar servicios o instrumentos no financieros a las exportaciones y promover la cultura exportadora.

En 1994, la Junta Asesora de Proexport adoptó los lineamientos estratégicos que permanecieron hasta 1998 y que en términos generales constituían las bases sobre las cuales se estructurarían las políticas futuras de la entidad. En 1998 se formuló el Plan Estratégico Exportador, como resultado de un trabajo de concertación y compromiso entre el sistema de comercio exterior, la totalidad de entidades públicas que tienen relación con el sector y la empresa privada. Fue así como se construyó una política de Estado frente a la internacionalización, coherente, coordinada y con compromisos de acción del Gobierno nacional, regional y del sector empresarial.

Con el propósito de mejorar el impacto de su gestión y contribuir de una manera más efectiva a los objetivos anteriores, a partir de agosto de 2002 se inicia un cambio hacia el interior de Proexport, pasando de un modelo de apoyo a uno de facilitación, contemplando la estrategia de la entidad para los próximos años.

En febrero de 2003 se produce la fusión de los Ministerios de Desarrollo Económico y Comercio Exterior, denominado Ministerio de Comercio Industria y Turismo, el cual pretende hacer una distribución más racional de los recursos destinados a mejorar la efectividad de los programas de competitividad y productividad de los bienes y servicios o instrumentos nacionales, requisito indispensable para conquistar los mercados internacionales y mantenerse en ellos.

Proexport, como entidad asociada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT), orienta su gestión a las políticas lideradas por el Ministerio y atiende las nuevas responsabilidades asignadas por la Presidencia de la República.








⁸ Proexport Colombia: Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones [En Línea]. 2011. [Citado Septiembre 24 de 2011]. Disponible en internet: <<http://www.proexport.com.co/conozca-proexport/nuestra-historia>>

En la actualidad, Proexport es una organización encargada de la promoción comercial de las exportaciones, el turismo internacional y la inversión extranjera en Colombia. A través de la red nacional e internacional de oficinas, ofrece apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios.

La Regional Bucaramanga abrió sus puertas a Santander en el año 2003 iniciando su labor con la gerencia de exportaciones. A partir de entonces, comienza la gestión de asesoría y acompañamiento a empresarios de la región dentro de su proceso de exportación a mercados de talla mundial, así como la promoción de Santander como destino turístico y la inversión extranjera en este departamento.

1.9 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA ESPECÍFICA DE TRABAJO

A continuación se mencionan a groso modo las responsabilidades del cargo de pasante en el área de Gerencia de Exportaciones de Agroindustria, Manufacturas, Servicios e Inversión Extranjera:

-  Orientación básica a empresarios exportadores, proactiva y reactivamente, bajo la supervisión del respectivo asesor.
-  Seguimiento a eventos organizados por Proexport tales como: ferias, agendas, misiones, macrorruedas, etc.
-  Certificación de negocios realizados por las empresas de la regional.
-  Realización, seguimiento y acompañamiento en agendas comerciales de compradores internacionales que visiten empresas de la región.
-  Apoyo a las empresas de la regional en cualquier servicio ofrecido por Proexport como: Misiones de vendedores, Ferias o Eventos, Planes Exportadores.
-  Soporte y apoyo en todas las labores que requiera el equipo de la oficina regional.
-  Permanente actualización de bases de datos, información de gestión en el sistema interno de la entidad, entre otros.

1.10 SUPERVISOR TÉCNICO

Nombre: Aura Pimiento Acevedo

Cargo: Directora Regional Bucaramanga y Asesora de Exportaciones Gerencia de Agroindustria, Manufacturas y Servicios.

2. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

Proexport Colombia como entidad encargada de la promoción de las exportaciones no tradicionales, el turismo y la inversión extranjera, desarrolla una gama de actividades direccionada al beneficio de las empresas colombianas y al crecimiento que esto genera al país. A nivel regional en Santander, se trabajan las gerencias de agroindustria, manufacturas e insumos, servicios, prendas de vestir y turismo, las cuales son gestionadas de manera proactiva por los asesores a su cargo.

El interés de la entidad por promocionar los negocios internacionales a pesar de las situaciones negativas que han presentado los empresarios a través de los años, ha llevado a ofrecer una constante serie de estrategias y oportunidades de aprovechamiento con el fin de combatir las diferentes adversidades que va presentando el país a nivel industrial, climático, económico y comercial. Proexport mantuvo vigente un plan de apoyo (Plan de Choque II) hasta finales del segundo semestre del año 2011, para los empresarios afectados por la ola invernal, la revaluación de la moneda nacional y el estado de suspensión en el que se encontraba la Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga – ATPDEA por sus siglas en inglés, desde Febrero del 2011.

Este plan de apoyo gestiona nuevas oportunidades y respalda con un porcentaje económico todas las actividades de promoción que se desarrollen en su período de vigencia, tales como ruedas de negocio, ferias internacionales, misiones exploratorias, showrooms, misión de compradores, entre otras. Por lo tanto, una de las expectativas más importantes de la entidad se enfoca a la acogida y al adecuado aprovechamiento de esta estrategia por parte de los empresarios y así evitar el estancamiento de las relaciones comerciales del país, su crecimiento y desarrollo. Sin embargo, el nivel de participación de empresas de la región no es la esperada, por lo que se hace necesario fomentar la cultura exportadora por medio de herramientas que impulse e incentive el interés del empresario en incursionar hacia nuevos destinos, direccionar su enfoque a mercados de talla mundial y contribuir al beneficio que las exportaciones generan en el país, al ser consideradas como el motor de desarrollo de la economía nacional, ya que alimenta el crecimiento de toda la cadena productiva, generando mayor empleo y oportunidades de desarrollo.

Al considerar un universo de 356 empresas exportadoras registradas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga en el año 2010, y según información proporcionada por la respectiva Oficina Regional de Proexport, es posible evidenciar el bajo nivel de participación de las empresas Santandereanas en eventos y oportunidades promovidas por la entidad, ya que sólo un 17% de empresas aproximadamente han asistido a este tipo de actividades en lo corrido del año 2011.

3. ANTECEDENTES

Al revisar el estado del arte y los antecedentes bibliográficos o trabajos relacionados con el tema objeto de estudio, se encuentra un trabajo de grado desarrollado por una estudiante de Ingeniería Industrial de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, quien además, realizó su periodo de pasantía en Proexport Colombia Regional Bucaramanga.

Dicho proyecto apuntaba a identificar las razones de la baja participación en las actividades realizadas por la entidad buscando mejoras en los procesos internos de la misma. Como resultado del seguimiento y el estudio realizado a las empresas de la región de Santander que trabajan de la mano con Proexport, se concluye que la falta de interés de ser partícipes en eventos y actividades promovidas por la entidad se debe a la carencia de cultura exportadora y ausencia de un área de comercio exterior a nivel interno que se encargue de la búsqueda de oportunidades y generación de estrategias de internacionalización para la empresa. Así mismo y dentro de las propuestas realizadas, se menciona la alineación entre los estudiantes y la entidad, con el fin de unificar la información de tal manera que el estudiante se encuentre en la capacidad de brindar soporte y asesoría en este tema a empresas de la región al ser parte del equipo de trabajo de las mismas.⁹

Adicionalmente, se hace necesario mencionar que Proexport desarrolla seminarios que buscan brindar a los empresarios y estudiantes, información relevante de un determinado mercado a nivel de oportunidades de exportación; estas actividades son gestionadas a nivel nacional con el apoyo de entidades alternas cuyas funciones complementan la información que se desea transmitir.¹⁰

En cuanto a solicitudes de información personalizadas se maneja un contacto directo con el empresario o el estudiante, explicando los servicios ofrecidos por la entidad que mejor se ajusta a sus necesidades. Esta función se desempeña de la mano con el Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior – ZEIKY.¹¹

⁹ COBOS BLANCO, Maria Natalia. Identificación de las causas determinantes en la asistencia a actividades coordinadas por Proexport Colombia regional Bucaramanga, enfocado a las gerencias Manufactura, Agroindustria y Servicios. Trabajo de Grado. Bucaramanga: Universidad Pontificia Bolivariana. Facultad de Ingeniería Industrial, 2010. 86 p.

¹⁰ PROEXPORT COLOMBIA.

¹¹ PROEXPORT COLOMBIA.

4. JUSTIFICACIÓN

Tomando como base el diagnóstico de la empresa, se hace necesario desarrollar alternativas que incentiven el interés de los empresarios de la región en aprovechar los recursos y oportunidades que ofrece el estado para incursionar en mercados internacionales, de tal manera que la industria santandereana sea reconocida a nivel mundial.

Una de las posibles alternativas se direcciona al papel que desempeñan los estudiantes en periodo de práctica y los recién egresados, dentro de las empresas de la región, razón por la cual se considera de vital importancia que dichos estudiantes manejen un adecuado nivel de conocimiento de las funciones y roles que posee Proexport Colombia como ente promotor de los negocios internacionales del país.

Según lo anterior, se plantea la estructuración de un programa de capacitación a alumnos que permita el alineamiento entre los estudiantes y Proexport Colombia regional Bucaramanga de tal manera que se unifiquen los conceptos relacionados con el proceso exportador gestionado por dicha entidad del gobierno y dirigido a las empresas de la región, promocionando y elevando así, el nivel de Cultura Exportadora de Santander al aprovechar la gama de oportunidades que ofrecen actualmente el gobierno y los mercados mundiales.

En adición, la realización de esta propuesta apunta al cumplimiento de uno de los objetivos estratégicos de la planeación 2011-2015 de la Universidad Pontificia Bolivariana que busca aumentar la reciprocidad de la triada UPB, Empresa y Estado.




Todo lo anterior permite estar a la vanguardia y disponible al aprovechamiento de las oportunidades de internacionalización que genera la actual aprobación de Tratados de Libre Comercio a los países de Canadá, Estados Unidos, Panamá, Chile, Corea del Sur, entre otros, donde se despliega una amplia gama de posibilidades de ingresar a nuevos mercados con un mínimo porcentaje de arancel, posicionando la industria Colombiana a nivel mundial y gestionando su desarrollo y crecimiento a nivel comercial y económico.

5. OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GENERAL

Proponer un programa de capacitación a estudiantes universitarios con el fin de incentivar la cultura exportadora de las empresas de la región al ser parte de su equipo laboral en el corto, mediano y largo plazo.

5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

-  Diseñar la estructura general del programa de capacitación, incluyendo aspectos como: objetivos, contenido temático, módulos, intensidad horaria, conceptos claves.
-  Determinar la metodología de enseñanza por medio de la cual se transmitirían los conocimientos necesarios para cumplir satisfactoriamente los objetivos propuestos. (Talleres, casos prácticos, actividades, noticias, diapositivas).
-  Hacer entrega a la entidad en su sede regional (Santander) del material didáctico desarrollado que sirva como herramienta de información para la capacitación de empresas que deseen acceder a los servicios ofrecidos por Proexport.

6. MARCO TEÓRICO

6.1 PLAN DE CAPACITACIÓN

6.1.1 Estructuración.¹²

Un plan de capacitación debe ser preciso y estructurado. Es importante que se atiendan las necesidades de formación y entrenamiento, así mismo, que estén alineadas con las necesidades de formación de la compañía.

José Manuel Vecino, especialista en gerencia de RR.HH. y en diseño de ejecución y coordinación de capacitación, considera que el proceso de administración y gerencia en los procesos de entrenamiento tienen que apoyar el marco estratégico corporativo frente a la formación e impulso de las competencias que la empresa necesita.

“Es imprescindible tener clara cuál es la filosofía de un programa de desarrollo humano. Debe estar orientado al fortalecimiento de las habilidades del recurso humano de la empresa. De esta manera, se interiorizan las competencias y se dará un mayor alcance y sentido a la labor que se realiza cada día”.

“El desarrollo de las personas y lo que las empresas esperan de ellas son dos Aspectos que se pueden evidenciar al saber cuáles son los objetivos que se esperan”

6.1.2 Elaboración.¹³

Debe existir congruencia entre las necesidades de capacitación, el contenido del programa y los objetivos planteados.

Para elaborar un programa de capacitación se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

Contenido

Se refiere a los temas que se impartirán en el programa. Es el momento de traducir los objetivos de desempeño buscados en puntos de aprendizaje.

Técnicas y Ayudas

Determinar la metodología que seguirán los participantes para aprender esos contenidos es tan importante como el propio contenido del programa. A continuación viene una breve descripción de los métodos y técnicas que más frecuentemente se utilizan para realizar programas de capacitación.

¹² Gestión Humana. [En Línea]. 2010. [Citado Octubre 20 de 2011]. Disponible en internet: <<http://www.gestionhumana.com/gh4/BancoMedios/Documentos%20PDF/17-como estructurar capacitacion.pdf>>

¹³ Emprende Pyme. [En Línea]. 2011. [Citado Octubre 20 de 2011]. Disponible en internet: <<http://www.emprendepyme.net/cuarto-paso-elaboracion-del-programa.html>>

Conferencia. Es una exposición sobre un tema en particular en la que el conferenciante habla y el auditorio escucha.

Conferencia con participación. Es una exposición en la que el conferenciante expone unilateralmente, pero se permite que el auditorio participe con preguntas durante la conferencia o al final de la misma.

Clase formal. Es una exposición a un grupo generalmente reducido en el que se dan intercambio de ideas, preguntas, discusiones. Normalmente, la clase formal dura varias sesiones.

Capacitación en el trabajo. Se asigna a una persona con experiencia para que ayude al aprendiz a conocer el sistema o forma de realizar el trabajo, a utilizar ciertas herramientas o maquinaria, y otros procedimientos. No se saca a la persona de su ambiente de trabajo y se le pide que observe cómo se realizan las labores y que las copie.

Dramatización. Se pide a los participantes que simulen situaciones reales o ficticias para practicar las habilidades o destrezas que se pretenden lograr. Por ejemplo, se puede simular que se está atendiendo a un cliente molesto por el servicio.

Método de aprender haciendo. Consta de tres pasos y es uno de los más efectivos. El primer paso consiste en dar la información al aprendiz de cómo se realiza el trabajo. En el segundo paso, el instructor demuestra en la práctica cómo se debe realizar el trabajo y el aprendiz observa. Y por último, el aprendiz realiza el trabajo él mismo y el instructor lo corrige y retroalimenta.

Rotación de puestos. Consiste en rotar al personal dentro de la empresa de un puesto a otro durante un tiempo, a fin de que conozca las diferentes funciones dentro de la organización. Antes de asumir un nuevo puesto se le instruye sobre sus funciones.

Estudio de casos. Se entrega a los participantes una descripción escrita de una situación real o ficticia para que la estudien y discutan entre ellos con el fin de diagnosticar el problema y plantear alternativas de solución. – Metodología de Harvard.

Métodos audiovisuales. Consiste en la utilización de películas, videos, diapositivas, etc., para sustituir temporalmente al instructor. Las personas escuchan y/o ven el material que ha sido grabado previamente. Economizan tiempo y recursos.

 Fechas y Horarios

En este momento se determinan la fecha, horario y duración del curso. El horario deberá especificar las horas en que se va a impartir el curso, la duración de cada sesión y la duración del curso.

Destinatarios

Determinar el conjunto de personas que recibirán la capacitación. Luego de clasificar y jerarquizar las necesidades de capacitación que tiene una persona, un grupo, un nivel, un puesto, etc., en este momento hay que decidir quiénes tomarán el programa.

Instructor

El éxito de un curso de capacitación depende en gran medida del buen papel que desempeñe el instructor, de su experiencia, conocimientos y habilidades para conducir el aprendizaje del grupo.

Presupuesto








Finalmente, para elaborar el presupuesto se debe tomar en cuenta los gastos en que se incurrirá.

6.1 VÍNCULO UNIVERSIDAD-EMPRESA-ESTADO¹⁴

El fortalecimiento del vínculo universidad empresa es una estrategia formulada desde el sector educación para la promoción de la pertinencia y la competitividad.

Los Comités Universidad Empresa Estado (CUEE) son instancias regionales organizadas por acuerdos entre universidades, sus grupos de investigación, empresas del sector productivo y entidades del Estado, con el fin de generar y promover proyectos de investigación aplicada, enfocados a atender necesidades tecnológicas reales de las empresas de la región.

Las actividades generales que han marcado la ruta de los comités se pueden resumir en:

-  Construcción del inventario de capacidades investigativas de la región: recurso humano para la investigación, ciencia y tecnología; grupos de investigación; proyectos; laboratorios; equipo robusto.
-  Identificación de los sectores estratégicos y las necesidades empresariales de la región.
-  Ruedas de Negocios que generen encuentros de oferta y demanda (capacidades investigativas y necesidades empresariales) entre la academia y la empresa.
-  Generación de nuevas alianzas e incorporación de actores de los diferentes sectores para fortalecer procesos participativos en la región.
-  Procesos de formación de recurso humano para la ciencia, la tecnología y la innovación.
-  Generación de estrategias que permitan crear confianza entre las universidades regionales, el Estado y las Empresas.
-  Promoción y difusión de las actividades del Comité.

¹⁴ Ministerio de Educación Nacional: República de Colombia [En Línea]. 2010. [Citado Octubre 19 de 2011]. Disponible en internet: <<http://www.mineducacion.gov.co/1621/w3-article-232769.html>>

6.2 PLAN DE DESARROLLO 2011 – 2015. UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA.¹⁵

El Plan de Desarrollo 2011 - 2015 se asume como un proceso sistémico y participativo que orienta las acciones encaminadas al ordenamiento de los procesos académicos, pastorales y administrativos, con una adecuada gestión del talento humano, de los recursos físicos y de ejecución en el tiempo de actividades, proyectos y programas, que le permitan a la Universidad cumplir con su Misión a mediano y largo plazo, dentro del marco de las políticas y principios del Sistema UPB - Nacional. Además, el Plan de Desarrollo se sustenta en un proceso compartido con la comunidad universitaria, tanto en su diseño como en su ejecución, y cuenta con el compromiso y liderazgo de la alta dirección de la Universidad.

¹⁵ Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. [En Línea]. 2010. [Citado Octubre 19 de 2011]. Disponible en internet: <http://www.upbbga.edu.co/filesupb/planeacion/p2011_2015_5.pdf>

Tabla 1. Plan Estratégico 2011 – 2015. UPB seccional Bucaramanga.

PLAN ESTRATÉGICO 2011 – 2015				
OBJETIVO ESTRATÉGICO:	b. Aumentar la reciprocidad de la triada UPB, Empresa y Estado			
LÍNEA ESTRATÉGICA:	2. LA INSTITUCIÓN Y SU ENTORNO			
DEFINICIÓN:	La Universidad a través de sus unidades académicas, administrativas y de pastoral, busca mantener una interacción permanente con el entorno como parte de una cultura corporativa, para contribuir al desarrollo socio-económico de la región y el país.			
Programas	Meta	Indicador	Acción Estratégica	Líderes
2.1 Interacción UPB- Empresa- Estado	1. Incrementar en un 20% el número de proyectos interinstitucionales (Diferentes a convenios de prácticas y pasantías).	$PCPI = ((NPI(tf) - NPI(ti)) / (NPI(ti)) * 100$ PCPI= Porcentaje de crecimiento de proyectos interinstitucionales NPI= Número de proyectos interinstitucionales ti= Periodo de referencia inicial tf= Periodo de referencia final	a. Identificar necesidades del sector empresarial, social y del estado, que puedan ser atendidas por la Universidad. b. Fortalecer los vínculos de interés común con el sector empresarial y el Estado. c. Fortalecer la participación de la Universidad en proyectos de la región. d. Incrementar la participación de la universidad en eventos y grupos de trabajo que permitan visibilizar la institución y la interacción con el sector empresarial y el entorno. e. Fomentar la realización de prácticas empresariales y pasantías de docentes y estudiantes en entidades del gobierno, empresas y centros de investigación, nacionales e internacionales. f. Ofrecer servicios de consultoría y asesoría a través de la creación de un Consultorio Empresarial.	* Rector * Decanos
	2. Para el año 2012 se habrá puesto en funcionamiento el Consultorio Empresarial.	Información verificable del funcionamiento del Consultorio Empresarial en la fecha límite establecida		
	3. Realizar por lo menos un evento anual por unidad académica con la participación del sector empresarial y del Estado.	$PUARPMUEEA = (UARPUUEEA(t) / TUA(t)) * 100$ PUARPMUEEA= Porcentaje Unidades Académicas que realizan por lo menos un Evento Empresarial anual. UARPUUEEA= Unidades Académicas que realizan por lo menos un Evento Empresarial anual TUA= Total Unidades Académicas t= Periodo de referencia		

Fuente: Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, Marco Teórico Plan de Desarrollo 2011 – 2015.




7. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

CAPÍTULO 1: Diseño de la estructura general del Programa de Capacitación.

A continuación se detallan los aspectos generales que serán incluidos en el programa de capacitación, con el fin de identificar los destinatarios, propósitos y contenido temático del mismo.

Se hace necesario resaltar que el desarrollo de esta propuesta obedece a observaciones y sugerencias manifestadas por la Oficina Regional de Proexport en Bucaramanga según el índice de participación y aprovechamiento de las oportunidades que ofrece la entidad a los empresarios de la región; dicho índice es demasiado bajo frente a la amplia posibilidad de que se obtengan beneficios tanto para el exportador como para la economía del país.

Tabla 2. Contenido General del Programa de Capacitación

FICHA TÉCNICA			
TÍTULO: Programa de Capacitación de Servicios al Exportador – Proexport Colombia			
OBJETIVOS			
<ul style="list-style-type: none">  Proporcionar información general relacionada con los servicios que ofrece Proexport Colombia a empresarios con interés en exportar.  Suministrar una herramienta de conocimiento que facilite incentivar la cultura exportadora de los empresarios de la región gracias al adecuado y oportuno aprovechamiento de los recursos/servicios ofrecidos por el gobierno.  Servir como instrumento de apoyo en la formación de estudiantes universitarios de tal manera que al ingresar al área laboral, contribuyan a la promoción de las estrategias de internacionalización propuestas por el Estado. 			
DIRIGIDO A: Estudiantes universitarios de carreras afines a los negocios internacionales.			
CONTENIDO TEMÁTICO:			
Dentro del contenido se tiene en cuenta la información que el lector necesite para conocer a cabalidad el papel de Proexport Colombia a nivel de ente promotor de las exportaciones no tradicionales del país.			
Módulo	Tema	Descripción	Intensidad Horaria
I	Generalidades de la Entidad	1. Misión 2. Visión 3. Actividad Económica 4. Ejes 5. Clientes 6. Estructura Organizacional 7. Macrosectores	2

		8. Contacto Oficina Regional Bucaramanga	
II	ZEIKY	1. Definición 2. Servicios 3. Ubicación	2
III	Proexport - ZEIKY	1. Información General 2. Interés de Empresarios en Comenzar a Exportar	2
IV	Portafolio de Servicios	1. Información Comercial 2. Programa de Asistencia Técnica Internacional 3. Alianzas de Transporte 4. Plan Exportador 5. Sondeo de Mercado 6. Agenda Comercial 7. Misiones Comerciales	5
TOTAL			11

Fuente: Elaboración Propia con base en información proporcionada por Proexport Colombia – Oficina Regional Bucaramanga.

CAPÍTULO 2: Determinación de la Metodología de Enseñanza.

METODOLOGÍA

Según el contenido temático establecido y el personal a quien se direcciona el programa de capacitación, se considera pertinente aplicar la combinación de 3 técnicas de enseñanza: conferencia con participación (clase magistral), estudio de casos y métodos audiovisuales. Lo anterior obedece a garantizar la mayor captación de conocimiento respecto al tema y a facilitar su puesta en marcha con el propósito de alcanzar los objetivos propuestos inicialmente.

MATERIAL DE TRABAJO

a.) Guía

Se desarrolla una guía de 15 páginas que contiene la información específica que se requiere transmitir a los destinatarios. (Ver Anexo A. Desarrollo del Contenido)

b.) Diapositivas

Se realiza la presentación general de 32 diapositivas que incluye todo el contenido temático en detalle para el desarrollo de la clase magistral de cada uno de los aspectos a tratar. Este material busca servir como herramienta audiovisual de apoyo que facilite el aprendizaje que se desea alcanzar. (Ver Anexo B. Material de Trabajo)

MATERIAL DIDÁCTICO-PRÁCTICO

Paralelamente a la actividad de explicar la información objetiva del programa de capacitación, es relevante incluir ejercicios donde el destinatario pueda aplicar los conocimientos adquiridos por medio de la práctica.




Se proponen 8 noticias de Proexport durante el último semestre del 2011 donde se puede evidenciar algunos de los servicios ofrecidos por la entidad así como las oportunidades de negocio que genera y el aumento en el proceso de internacionalización de las empresas Colombianas. Además, se plantean dos crucigramas por medio de los cuales es posible evaluar el dominio de los conceptos claves contenidos en la propuesta general. (Ver Anexo C. Material Didáctico-Práctico)

Dado que el material mencionado anteriormente se encuentra desarrollado de tal forma que el estudiante sea evaluado sobre los temas objeto de la capacitación, se requiere presentar un formato que contenga las respuestas correctas de dicho material. (Ver Anexo D. Respuestas Material Didáctico-Práctico)

CAPÍTULO 3: Entrega del Material desarrollado a la Oficina Regional Bucaramanga.

Se hace entrega, en medio magnético, a la Oficina Regional Bucaramanga del material de trabajo y didáctico-práctico propuesto, de tal forma que pueda ser utilizado como herramienta de información base para la explicación de los servicios ofrecidos por Proexport a quien pueda interesar el tema.




A continuación se relacionan los archivos entregados:

-  Ficha Técnica del Programa de Capacitación.
-  Material de Trabajo: Guías y Diapositivas.
-  Material Didáctico-Práctico: Noticias y Crucigramas.

8. IMPLEMENTACIÓN DE PROPUESTAS

8.1 MEJORAS PROPUESTAS

El programa de capacitación propuesto requiere de elementos fundamentales que aseguren la efectividad en el momento de implementarlo, de tal forma que se cumplan a cabalidad los objetivos planteados inicialmente. A continuación se mencionan algunos aspectos claves:

-  Implementación continua del proceso de capacitación el cual puede ser dirigido a estudiantes y empresarios interesados en el tema, y a pasantes de la regional quienes, en ocasiones, son los encargados de direccionar las solicitudes de información al respectivo asesor.
-  Permanente actualización de la información que garantice la veracidad de los conocimientos que se desean transmitir.
-  Pertinente divulgación del contenido temático propuesto para su fácil entendimiento y dominio de los conceptos.

CONCLUSIONES

En términos generales, se desarrolló la estructuración del programa de capacitación donde se incluyeron: objetivos, contenido temático, módulos, intensidad horaria y conceptos claves. Adicionalmente, se determinó el tipo de metodología de enseñanza y ejercicios de aplicación que aportan al cumplimiento de los objetivos propuestos. Por último, se hizo entrega del material elaborado a la Oficina Regional de Proexport sede Bucaramanga, de tal manera que sirva como herramienta de información para la divulgación de los servicios ofrecidos por la entidad.

Dado a que el proyecto trabajado es una propuesta de un programa de capacitación direccionado principalmente a estudiantes universitarios, seguido a empresarios de la región y futuros pasantes de la Oficina Regional de Proexport en Bucaramanga, no es posible evidenciar resultados cuantitativos hasta no implementar el programa planteado y evaluar qué tan efectivo fue su implementación. Sin embargo, el desarrollo de este plan de capacitación permite delimitar los conceptos claves que se quieren divulgar en la región para que sean aprovechados positivamente, aportando al crecimiento de las exportaciones de Santander lo cual se ve reflejado en la economía del país y en su proceso de internacionalización.

El proyecto de grado puede considerarse como un valor agregado entregado a la entidad en términos de divulgación de los servicios ofrecidos por Proexport, facilitando la transmisión de los conceptos al personal de interés.

RECOMENDACIONES

- ✚ Mantener actualizada la información contenida en el material desarrollado con el propósito de ofrecer una continua evolución y pertinencia de los conceptos allí presentados.
- ✚ Utilizar el material proporcionado a la Oficina Regional como instrumento de capacitación de futuros pasantes a ingresar en el equipo de trabajo y quienes requieren un pleno dominio de los conceptos claves contenidos en la ficha técnica para su adecuado y oportuno desempeño en la entidad.
- ✚ Implementar el programa de capacitación propuesto de tal manera que sea posible evaluar tanto el contenido temático como la metodología empleada en el proceso de enseñanza de dichos conceptos, lo cual permitiría validar la efectividad de esta propuesta.

ANEXOS

ANEXO A. Desarrollo del Contenido

MÓDULO I. GENERALIDADES DE LA ENTIDAD

1. MISIÓN¹⁶

Contribuir al crecimiento sostenible de Colombia, a la diversificación de mercados, a la transformación productiva, a la generación de empleo y al posicionamiento de Colombia a través de la promoción de las exportaciones de bienes no tradicionales y servicios, el turismo internacional y la inversión extranjera. Para ello, Proexport cuenta con un equipo de profesionales en diferentes oficinas nacionales e internacionales que con un proceso sistemático buscan la identificación, seguimiento y cruce de oportunidades.

2. VISIÓN¹⁷




En 2014 continuaremos siendo la organización modelo en Latinoamérica en promoción de exportaciones, turismo e inversión extranjeros, para lo cual seguiremos adaptando los servicios a las necesidades de nuestros clientes en Colombia y en los mercados internacionales. Enfocaremos nuestras fortalezas en la generación de empleo y la reducción de la informalidad, promoviendo la diversificación de los mercados y de los productos mediante el conocimiento y la innovación, y aprovecharemos las alianzas nacionales e internacionales para generar sinergias que contribuyan a alcanzar sus metas.

3. ACTIVIDAD ECONÓMICA¹⁸

La promoción de las exportaciones no tradicionales, la atracción de inversión extranjera directa en Colombia y el posicionamiento del país como destino turístico de talla mundial, son los principales ejes en los que centra su trabajo Proexport Colombia.

A través de la red nacional e internacional de oficinas, ofrece apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios.

De manera general, Proexport fomenta la realización de negocios internacionales a través de:

-  Identificación de oportunidades de mercado.
-  Diseño de estrategias de penetración de mercados.
-  Internacionalización de las empresas.

¹⁶ Proexport Colombia: Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones [En Línea]. 2011 [Citado Septiembre 10 de 2011]. Disponible en internet: <<http://www.proexport.com.co/proexport/que-es-proexport/mision-y-vision>>

¹⁷ Proexport Colombia: Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones [En Línea]. 2011 [Citado Septiembre 10 de 2011]. Disponible en internet: <<http://www.proexport.com.co/proexport/que-es-proexport/mision-y-vision>>

¹⁸ Proexport Colombia: Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones [En Línea]. 2011 [Citado Septiembre 10 de 2011]. Disponible en: <<http://www.proexport.com.co/proexport/que-es-proexport>>

- ▣ Acompañamiento en el diseño de planes de acción.
- ▣ Contacto entre empresarios a través de actividades de promoción comercial, inversión y turismo internacional.
- ▣ Servicios especializados a empresarios extranjeros interesados en adquirir bienes y servicios colombianos o en invertir en Colombia.
- ▣ Alianzas con entidades nacionales e internacionales, privadas y públicas, que permitan ampliar la disponibilidad de recursos para apoyar diferentes iniciativas empresariales y promover el desarrollo y crecimiento del portafolio de servicios.

Figura 3. Oficinas y Representaciones Comerciales Proexport Mundo



Fuente: Proexport Colombia. Portal Web: <<http://www.proexport.com.co/>>

4. EJES
















- ▣ Inversión Extranjera
- ▣ Exportaciones No Tradicionales
- ▣ Turismo

5. CLIENTES

- ▣ Empresarios Nacionales (con o sin experiencia exportadora)
- ▣ Compradores Internacionales
- ▣ Turistas extranjeros
- ▣ Inversionistas





6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL ¹⁹

Proexport Colombia se encuentra conformado por un equipo de trabajo distribuido de la siguiente manera:

-  Staff de presidencia
-  Dirección Información Comercial
-  Dirección de Planeación
-  Dirección de Cooperación y Convenios
-  Dirección de Mercadeo
-  Dirección de Comunicaciones
-  Dirección de Imagen País
-  Dirección de Macrorruedas y Eventos
-  Dirección Informática y Tecnología
-  Unidad Gestión de Proexport
-  Vicepresidencia de Exportaciones
-  Vicepresidencia de Inversión
-  Vicepresidencia de Turismo
-  19 oficinas comerciales y representaciones fuera del país
-  7 oficinas regionales dentro de Colombia

7. MACROSECTORES - GERENCIAS

Una de las funciones de Proexport Colombia es promocionar las exportaciones del país, las cuales se encuentran clasificadas en 4 sectores:

-  Agroindustria
-  Manufacturas e Insumos: plástico y caucho; químicos; farmacéuticos; muebles y maderas; envases y empaques; minerales y metalmecánica; materiales de construcción; autopartes; artículos de hogar, oficina, hoteles y hospitales; artículos industriales, instrumentos y aparatos.
-  Servicios: salud, educación, audiovisuales, artes gráficas, turismo, editorial, tecnologías de la información, ingeniería y construcción, entre otros.
-  Prendas de Vestir: Textiles, insumos para la confección, confecciones, cueros, manufacturas de cuero y calzado.

8. OFICINA REGIONAL BUCARAMANGA

Teléfonos: (57-7) 6849605 / 6849608 / 6382278

Dirección: Calle 31ª N° 26-15 Centro Empresarial La Florida, Oficina 706.
Cañaveral – Floridablanca, Santander

¹⁹ Proexport Colombia: Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones [En Línea]. 2011. [Citado Enero 3 de 2012]. Disponible en internet: <<http://www.proexport.com.co/conozca-proexport/como-esta-organizado-proexport>>

MÓDULO II.

CENTRO DE INFORMACIÓN Y ASESORÍA EN COMERCIO EXTERIOR - ZEIKY²⁰

1. DEFINICIÓN

El ZEIKY es un convenio de cooperación interinstitucional entre Proexport Colombia, Banco de Comercio Exterior de Colombia S.A. – Bancoldex, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

Este Centro de Información y Asesoría delimita su trazabilidad iniciando por una etapa de información, seguida de formación y finalizando con asesorías.

2. SERVICIOS

2.1 Información Básica y Especializada de Comercio Exterior

- 🚩 Requisitos y Trámites de Exportación.
- 🚩 Procedimientos.
- 🚩 Vistos Buenos.
- 🚩 Otros Trámites de Exportación e Importación.
- 🚩 Atención de inquietudes específicas con un personal especializado.

2.2 Centro de Documentación Empresarial (Web y Física)

- 🚩 Bacex
- 🚩 Sicex
- 🚩 Arancel de Aduanas
- 🚩 Directorio de Despachos de Colombia
- 🚩 Manual para Importadores y Exportadores

2.3 Contact Center

- 🚩 Respuesta a Preguntas Frecuentes.
- 🚩 Orientación Básica en el Proceso Exportador.
- 🚩 Direccionamiento al ZEIKY y otras entidades de Comercio.
- 🚩 Inscripción en Programa de Formación Exportadora.
- 🚩 Llamadas Línea Nacional: (018000)913311 y (01900)3310021.
- 🚩 Correo Electrónico: info@proexport.com.co
- 🚩 Servicios en Línea: www.proexport.com.co

²⁰ CENTRO DE INFORMACIÓN Y ASESORÍA EN COMERCIO EXTERIOR – ZEIKY. Sede Bucaramanga.

2.4 Jornadas de Comercio Exterior

- ▣ Charlas técnicas en temas de comercio exterior por medio de videoconferencias a través de internet
- ▣ Periodicidad Mensual.

2.5 Programa de Formación Exportadora – PFE

El PFE es un programa de capacitación que proporciona las herramientas necesarias para dar inicio al proceso exportador. Conformado por seminarios básicos, especializados y de profundización dictados por conferencistas expertos.

Los programas de formación exportadora se manejan en dos niveles – Introductorio y Especializado – y se clasifican en:

- ▣ PFE de Bienes
- ▣ PFE de Servicios
- ▣ PFE de Turismo

2.6 Asesorías Grupales y Personalizadas

Las asesorías grupales se realizan con el fin de afianzar de manera práctica los conocimientos de inteligencia de mercados, logística internacional y documentación.

Las asesorías personalizadas pueden ser:

- ▣ Uno a uno.
- ▣ A la medida.
- ▣ Intensivo.
- ▣ Práctico.
- ▣ Perfil con Potencial Exportador.

3. UBICACIÓN

Existen 24 ZEIKYS distribuidos en todo el territorio nacional:

- ▣ Zona Norte
- ▣ Zona Antioquia
- ▣ Zona Sur Occidente
- ▣ Zona Triángulo del Café
- ▣ Zona Centro Oriente

Figura 4. Oficinas ZEIKY en Colombia.



Fuente: Proexport Colombia. Portal Web: <<http://www.colombiatrade.com.co/>>

Los ZEIKYS trabajan con aliados estratégicos como: Universidades, Cámara de Comercio, Gobernaciones, Fundaciones, etc. Para el caso específico de la región de Santander, el ZEIKY encargado se encuentra ubicado en la Cámara de Comercio de Bucaramanga. A continuación se relacionan los datos de contacto:

ELIETH CAROLINA MORENO DURÁN

Coordinadora Zeiky - Regional Bucaramanga

E-mail: zeiky@camaradirecta.com

Tel: (57) (7) 6527000 Ext. 265 Fax: (57) (7) 6334062

Cra. 19 No. 36-20 Piso 2.

MÓDULO III. PROEXPORT COLOMBIA - ZEIKY²¹

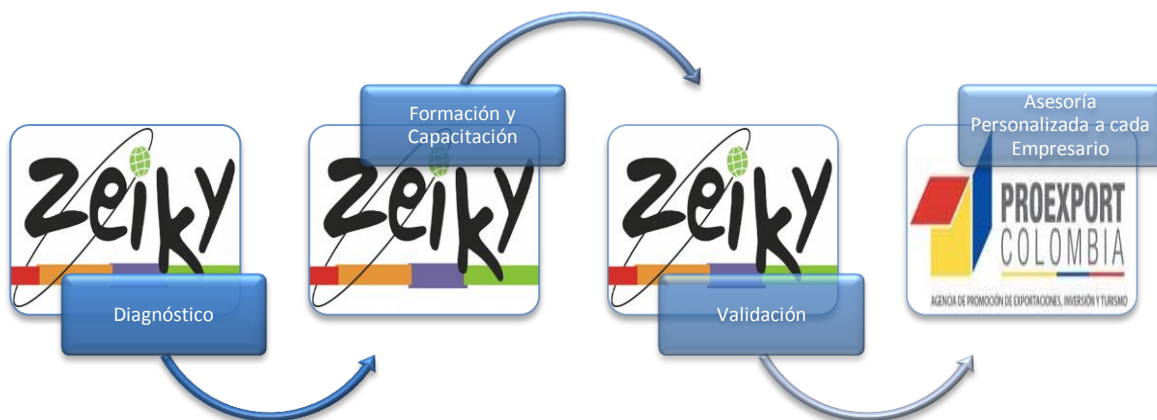
1. INFORMACIÓN GENERAL

Dada la gran dimensión de inquietudes y portafolio de servicios ofrecidos por Proexport Colombia, se hace necesario manejar un protocolo de gestión en equipo el cual se basa en un alineamiento entre la entidad del Gobierno y el Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior – ZEIKY. Dicho protocolo se desarrolla según el tipo de solicitud y usuario, es decir, varía si el solicitante es un empresario proactivo, reactivo o nuevo, un estudiante, un docente,

2. INTERÉS DE EMPRESARIOS EN COMENZAR A EXPORTAR

Existe un proceso por medio del cual se evalúa el ingreso de una empresa a comerciar en mercados extranjeros. El ZEIKY se encarga de las etapas de diagnóstico, formación y capacitación, y validación; posteriormente, comienza el trabajo de Proexport al brindar asesoría personalizada a cada empresario.

Figura 5. Proceso de Evaluación de Empresas Nuevas



Fuente: Elaboración Propia con base en información proporcionada por Proexport Colombia – Oficina Regional Bucaramanga.

²¹ PROEXPORT COLOMBIA.

CAPÍTULO IV. PORTAFOLIO DE SERVICIOS²²

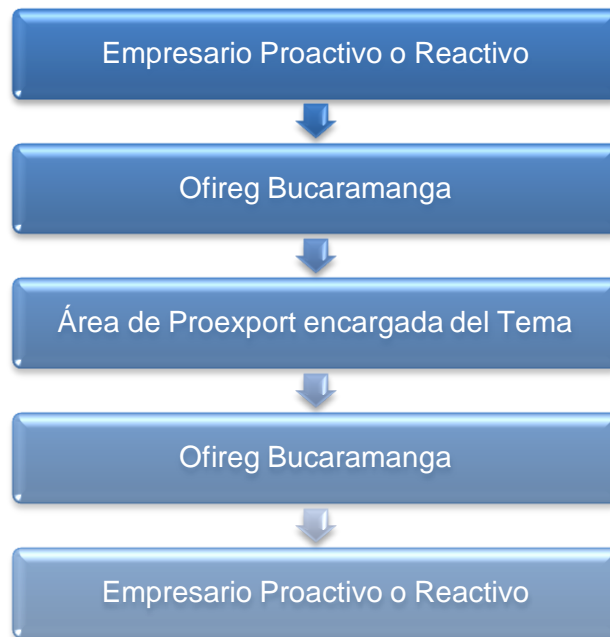
Es de resaltar que, los servicios de Proexport Colombia se brindan a empresarios que trabajen de manera proactiva o reactiva con la entidad, es decir, que se encuentren exportando con herramientas como participación en ferias, contacto con compradores internacionales, ofrecimiento de beneficios de alianzas en envío de muestras, apoyo con información de comercio internacional, entre otros.

1. INFORMACIÓN COMERCIAL

Consiste en la solicitud de un empresario proactivo o reactivo respecto a un tema de interés específico, el cual se recibe en la oficina regional de Proexport en Bucaramanga y luego se transmite al área encargada del tema. El proceso de respuesta obedece el sentido contrario de la solicitud, es decir, se recibe la respuesta del área encargada del tema y se transmite al empresario por medio de la ofireg.

El rango del tiempo manejado por la entidad para general respuesta a los empresarios es de máximo 2 semanas según la complejidad de la información solicitada.

Figura 6. Trazabilidad Solicitud de Información Empresarios Proactivos y Reactivos.



Fuente: Elaboración Propia con base en información proporcionada por Proexport Colombia – Oficina Regional Bucaramanga.

²² PROEXPORT COLOMBIA.

2. PROGRAMA DE ASISTENCIA TÉCNICA INTERNACIONAL

2.1 Información General

Son programas ofrecidos a empresarios nacionales y presentan las siguientes características:

- ▀ Más de 25 organizaciones independientes europeas y canadienses de asesores jubilados.
- ▀ Más de 24.000 expertos voluntarios.
- ▀ Abarcan todos los sectores profesionales, tanto en el aspecto técnico como comercial, incluyendo administración, finanzas y asuntos jurídicos.
- ▀ Brindan asesoría, no retribuida, a empresas.
- ▀ Expertos con 30 años de experiencia práctica.
- ▀ Misiones de corta y mediana duración (mínimo 10 días – máximo 6 meses)
- ▀ Anualmente los expertos realizan más de 5.000 misiones en más de 140 países en todo el mundo.

2.2 Agencias de Cooperación Internacional

Actualmente, Proexport tiene convenio con 7 agencias de cooperación internacional:

- ▀ PUM – Holanda
- ▀ SES – Alemania
- ▀ CESO – Canadá
- ▀ ISES – Italia
- ▀ ECTI – Francia
- ▀ JICA – Japón
- ▀ SECOT – España

Cada una de las agencias mencionadas anteriormente, manejan políticas independientes a nivel de financiamiento, protocolo, condiciones, sectores de experticia, etc.

2.3 Requisitos

Para poder acceder a estos programas, es necesario cumplir con los requisitos relacionados a continuación:

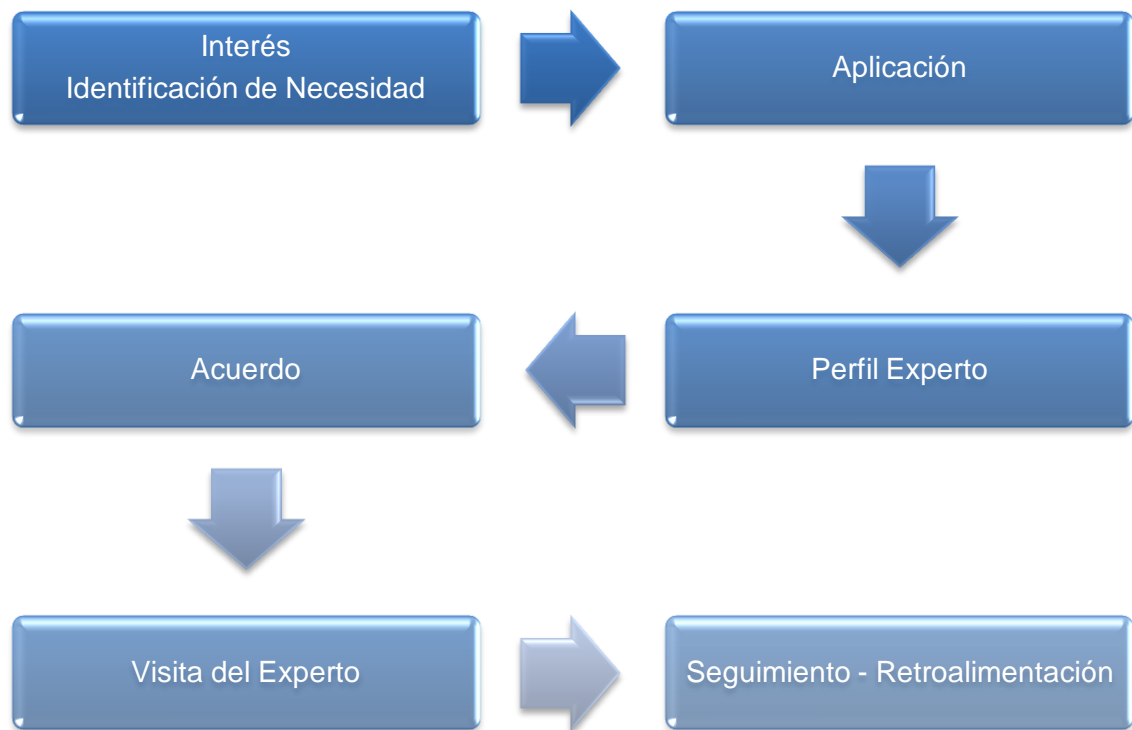
- ▀ Empresas del sector privado.
- ▀ 51% propiedad nacional.
- ▀ La empresa debe tener 2 años de existencia.
- ▀ Dificultad para contratar por sus propios medios a un experto internacional.
- ▀ Aplicación completa con una necesidad puntual y definida.
- ▀ Idioma: preferiblemente inglés.
- ▀ El solicitante debe pagar los costos de manutención local (hospedaje, transporte en la ciudad, comidas y un pequeño valor de viáticos).

- La entidad cubre seguro y viaje internacional del experto y costos administrativos siempre y cuando la empresa no lo pueda cubrir.

2.4 Procedimiento

En el proceso de gestión de los programas de asistencia técnica participan: los empresarios interesados en aplicar, Proexport Colombia y la respectiva Agencia de Cooperación Internacional.

Figura 7. Proceso de Asistencia Técnica



Fuente: Departamento de Cooperación y Convenios – Proexport Colombia.

3. ALIANZAS DE TRANSPORTE

Las alianzas son un beneficio especial que ofrece Proexport a los empresarios que trabajan proactivamente con la organización; dicho beneficio consiste en un descuento en el valor del envío de muestras a otros países.




Para poder acceder a este descuento es necesario que el empresario se encuentre desarrollando un trabajo conjunto con la entidad, ya que se requiere evidenciar las respectivas actividades.

4. PLAN EXPORTADOR

4.1 Información General

Un plan exportador es un documento que contiene la descripción de la estrategia comercial a desarrollar en los mercados objetivos (máximo tres) y las acciones a ejecutar para lograr la comercialización de productos y/o servicios.

4.2 Requisitos a Cumplir





-  Ser empresario que trabaje con Proexport de manera proactiva o reactiva.
-  Determinar el/los mercado(s) donde considera importante desarrollar actividades de promoción y venta de su portafolio, según estudios realizados previamente.
-  Diligenciar el formato plan exportador y su respectivo plan de acción donde se deben detallar aspectos vitales para el adecuado y efectivo desarrollo de esta actividad. (Es de resaltar que debe predominar el idioma del mercado objetivo)

4.3 Costos

Dentro de la planeación de las actividades del plan de acción, el gerente del macrosector al que pertenece la empresa en conjunto con la validación de la respectiva oficom asigna un monto no mayor a USD 10.000 ni al 50% del costo del mismo, para apoyar al empresario en sus labores de promoción como: participación en ferias internacionales, participación en Show Rooms, visitas a clientes potenciales, agendas comerciales, misiones exploratorias, actualización de página web, material POP, entre otras.

Cabe resaltar que el porcentaje de apoyo económico al empresario puede variar dependiendo de la vigencia temporal de un determinado plan o estrategia propuesta por la entidad, con el fin de contrarrestar situaciones negativas que puedan incidir en la disminución de la cantidad de exportaciones realizadas por el país, lo cual afecta directamente a la economía Colombiana.

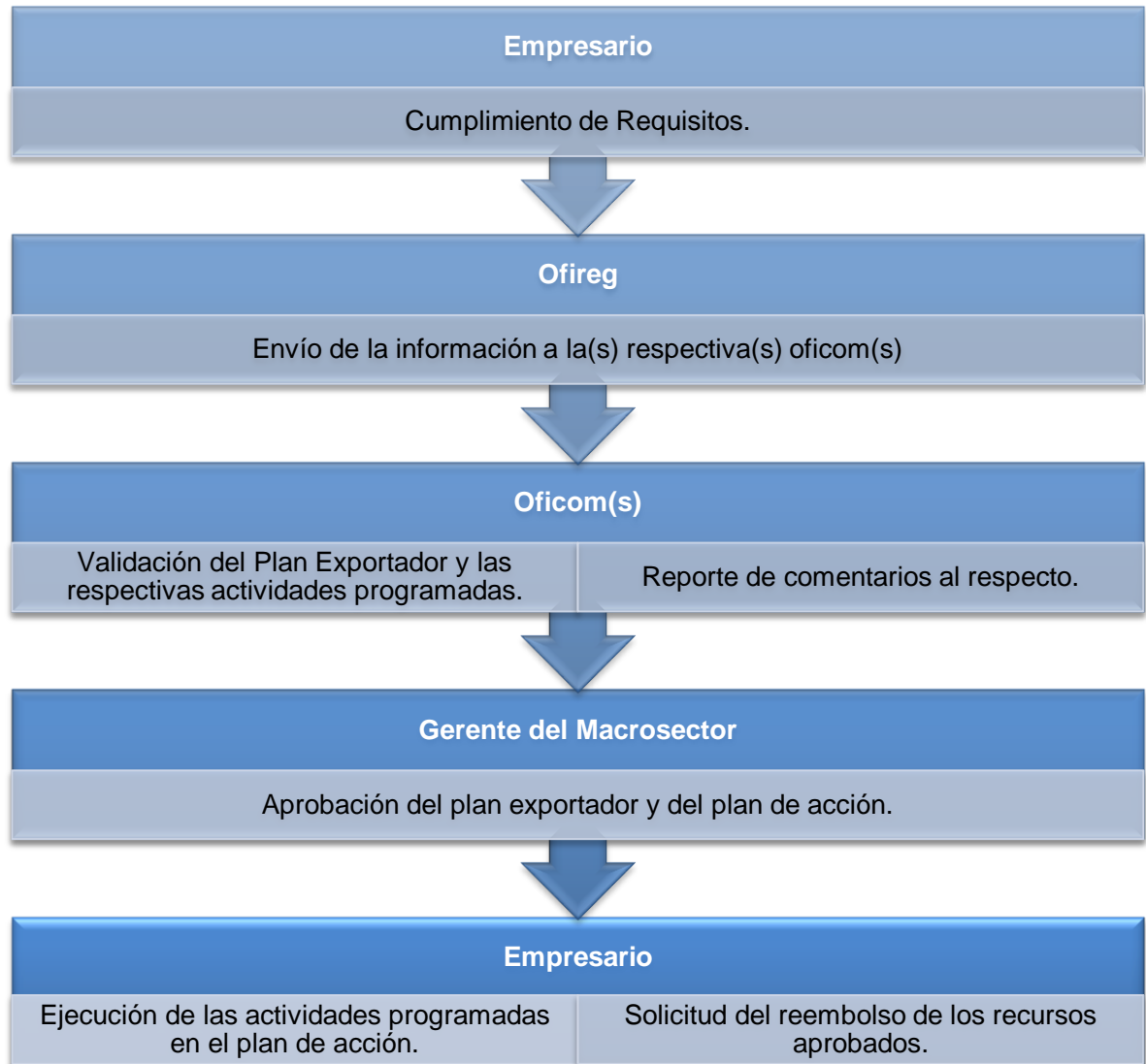
A continuación se relacionan algunos costos elegibles para el desarrollo de planes exportadores:

-  Información: Consultoría sobre condiciones de acceso, Información especializada de mercadeo, Investigación de mercado (homologación, certificación, permisos)
-  Material promocional: Catálogos impresos, virtuales y audiovisuales, pendones, Material de apoyo en punto de venta
-  Participación de eventos en el exterior: Arrendamiento de área, diseño y montaje de stand, Guías-Traductores, Tiquete aéreo, Envío de muestras, Publicidad y promoción del evento.
-  Misiones de vendedores, compradores, expertos y estudio: Tiquete aéreo y traductores.

4.4 Proceso de Desarrollo

Según la norma de calidad de Proexport Colombia, es necesario cumplir una serie de etapas para la adecuada realización y asesoría de un plan exportador a un determinado mercado. En este proceso participa desde el empresario hasta el gerente del macrosector respectivo.

Figura 8. Proceso de Desarrollo Plan Exportador



Fuente: Elaboración Propia con base en información proporcionada por Proexport Colombia – Oficina Regional Bucaramanga.

4.5 Solicitud de Reembolso

La oficina regional de Bucaramanga maneja un instructivo de facturación donde se detalla toda la información necesaria para la adecuada y oportuna solicitud de reembolso de los recursos aprobados en el plan de acción.

A continuación se relacionan aspectos que deben ser tenidos en cuenta desde la etapa inicial del proceso:

- 🚩 Proexport Colombia acepta solicitudes de reembolso con retroactivo de 2 meses; es decir, los recursos de las actividades programadas fueron empleados máximo 2 meses antes de presentar dicha solicitud.
- 🚩 La factura debe incluir valores **sin IVA**.
- 🚩 Es necesario evidenciar cada una de las actividades desarrolladas, por ejemplo: una muestra de los catálogos o material promocional que fue utilizado, antes y después del diseño o rediseño de la página web, comprobantes de egreso en compras realizadas, entre otros. (No olvidar que debe predominar el idioma del mercado donde se desarrolla el plan exportador)
- 🚩 Se deben presentar 3 cotizaciones de proveedores colombianos para el caso de la elaboración del material promocional.

4.6 Proceso de Retroalimentación

Una vez finalizado el plan exportador, el empresario debe diligenciar el formato de evaluación del mismo donde se podrá comparar el cumplimiento de la meta propuesta al inicio del proceso con los resultados obtenidos al concluir las actividades programadas en el plan de acción.

5. SONDEO DE MERCADO

5.1 Información General

Un sondeo de mercado consiste en un documento que contiene información de compradores que pueden estar interesados en la oferta de la empresa exportadora.

5.2 Requisitos a Cumplir

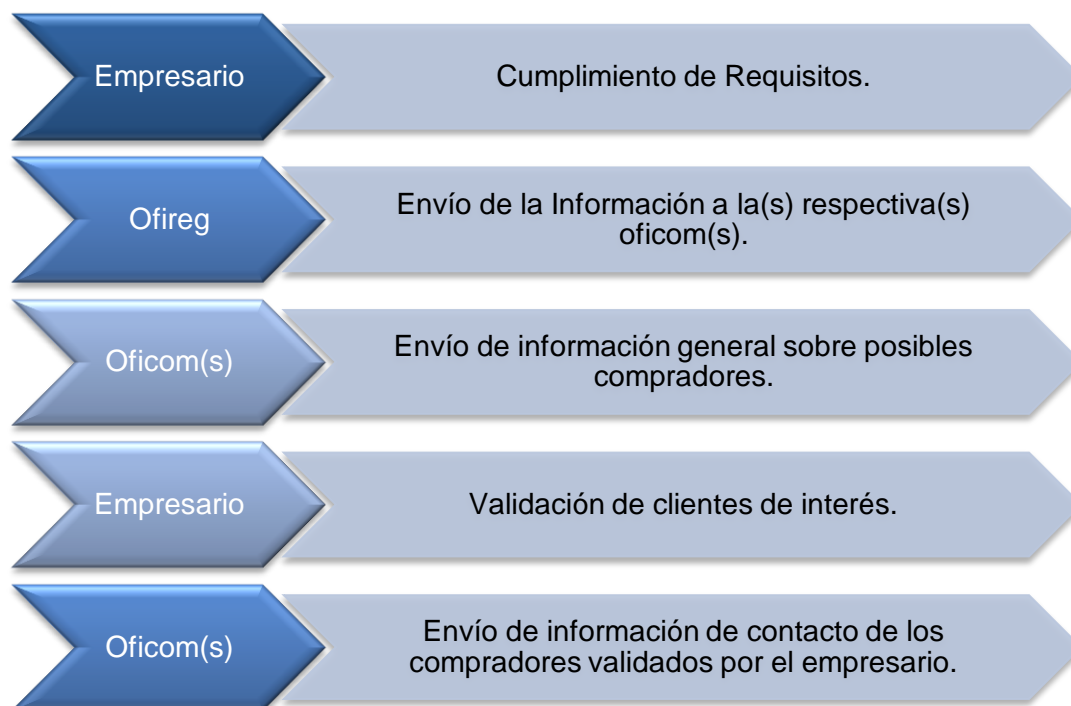
- 🚩 Ser empresario que trabaje con Proexport de manera proactiva o reactiva, es decir, que se encuentren exportando con herramientas como participación en ferias, contacto con compradores internacionales, ofrecimiento de beneficios de alianzas en envío de muestras, apoyo con información de comercio internacional, entre otros.
- 🚩 Determinar el/los mercado(s) donde considera importante desarrollar actividades de promoción y venta de su portafolio, según estudios realizados previamente. (Máximo 2 países)
- 🚩 Diligenciar el formato de sondeo de mercado según el destino elegido con base en estudios previos. (Es de resaltar que debe predominar el idioma del mercado objetivo)

5.3 Plazos

Los documentos requeridos para la realización del sondeo deben enviarse a la respectiva oficina comercial, mínimo con un mes de anterioridad.

5.4 Proceso de Desarrollo

Figura 9. Proceso de Desarrollo Sondeo de Mercado



Fuente: Elaboración Propia con base en información proporcionada por Proexport Colombia – Oficina Regional Bucaramanga.

6. AGENDA COMERCIAL

6.1 Información General

Consiste en la consecución de citas con clientes potenciales, las cuales son concertadas por Proexport, a través de sus Oficinas Comerciales, de acuerdo con el producto a ofrecer y el perfil del cliente solicitado por la empresa colombiana a la cual se presta el servicio.

6.2 Requisitos a Cumplir

🚩 Ser empresario que trabaje con Proexport de manera proactiva o reactiva.

- ▀ Determinar el/los mercado(s) donde considera importante ofrecer su portafolio, según estudios realizados previamente.
- ▀ Diligenciar el formato de orden de servicio que es proporcionado por la Oficina Regional.
- ▀ Enviar toda la información de la empresa y el portafolio de productos/servicios que desea ofrecer en dichos mercados, ya que dicho material será utilizado en la convocatoria de los clientes afines.
- ▀ Definir una fecha tentativa (itinerario de vuelo), con el fin de tomar esta información como base para la programación de la agenda en lo(s) respectivo(s) países.

6.3 Proceso de Programación

Figura 10. Proceso de Programación Agenda Comercial



Fuente: Elaboración Propia con base en información proporcionada por Proexport Colombia – Oficina Regional Bucaramanga.

6.4 Especificaciones

6.4.1 Plazos

Los documentos requeridos para la realización de la agenda deben enviarse a la respectiva oficina comercial, mínimo con un mes de anterioridad.

6.4.2 Costos

Proexport no designa recursos económicos para este tipo de actividades; la entidad se encarga de la logística en la organización de las reuniones con empresarios, todo el proceso de convocatoria y demás actividades relacionadas con la programación de la agenda comercial.

6.4.3 Aspectos Generales del Desarrollo de la Agenda

- Las reuniones programadas en la agenda comercial pueden llevarse a cabo ya sea en la empresa del comprador o en la oficina comercial de Proexport en el mercado de interés, según recomendaciones recibidas del respectivo asesor encargado del tema.
- Generalmente, una cita no suele durar más de una hora; sin embargo, existen casos donde las reuniones se extienden hasta más de dos horas.

6.4.4 Información Adicional

Generalmente, la oficina comercial respectiva brinda información relacionada con el país donde se va a realizar la agenda, de tal manera que, el empresario conozca a groso modo la cultura de negocios, economía, moneda y demás datos considerados relevantes de manejar previo a la ejecución de las reuniones con los compradores.

6.5 Proceso de Retroalimentación

Una vez finalizada la agenda comercial, Proexport dentro de su política de calidad, solicita al empresario realizar retroalimentación de la actividad desarrollada con el fin de determinar inconvenientes presentados y evitarlos en un futuro, además de resaltar las fortalezas existentes en dicha actividad y la visualización de posibles negociaciones con los compradores.

7. MISIONES COMERCIALES

7.1 Información General

Las Misiones Comerciales organizadas por Proexport y sus agentes comerciales son reconocidas por lograr entablar vínculos entre exportadores colombianos y compradores extranjeros. Cada una de ellas se maneja categóricamente según las gerencias existentes en la entidad (Agroindustria, Manufacturas, Servicios, Prendas de Vestir) donde cada misión posee un protocolo y gestión independiente y donde los requisitos y políticas de apoyo económico varían según el criterio de cada gerencia y términos de cada actividad.

7.2 Objetivos

- Despertar un interés comercial en empresarios internacionales que visitan las ferias de negocios más reconocidas en Colombia.

- Facilitar a los empresarios colombianos la consecución de clientes en el exterior para realizar negocios directamente en el país en el que van a exportar.
- Aumentar las opciones de aprendizaje y conocimiento del terreno para exportadores sin experiencia.

7.3 Tipos

7.3.1 Misión de Compradores

Consiste en la convocatoria a Colombia de compradores internacionales, con el fin de establecer relaciones comerciales que conlleven la venta de productos colombianos. Proexport tiene identificadas diversas ferias nacionales de alta trayectoria y con potencial exportador con el fin de concretar citas de negocios en los stands con compradores internacionales. Cuando el comprador se relaciona con una empresa que tiene el perfil esperado es casi seguro que se cierre un negocio. También se realizan ruedas de negocios en las que se presentan las empresas colombianas a las misiones de compradores internacionales con el fin de que ellos escojan posteriormente qué stand visitar.

7.3.2 Misión de Exportadores

Consiste en el desplazamiento de uno o varios empresarios colombianos a su mercado objetivo, con el propósito de explorar el mercado, identificar clientes, consolidar negocios, hacer seguimiento a distribuidores, lanzar nuevos productos, o participar como observador de ferias o eventos específicos.

En cuanto a participación en ferias comerciales en el exterior, Proexport escoge cuidadosamente a varios empresarios interesados en realizar negocios allí con el fin de asesorarlos, trasladarlos a la feria y, si cumplen con los requisitos, ubicar un stand de Colombia en el evento. Estas misiones se complementan con agendas adicionales de negocios para que durante 2 ó 4 días visiten a clientes potenciales en el exterior.

Los asesores comerciales de Proexport eligen para las misiones de exportadores empresas sobresalientes, con alto potencial de exportación y que cumplan con los requisitos necesarios para comerciar internacionalmente, ya que el objetivo es concretar negocios y dejar la imagen de Colombia en alto.

7.3.3 Misiones Técnicas o Exploratorias

Estas misiones están diseñadas para las empresas que deben hacer adaptaciones antes de comenzar a exportar. Con el fin de desarrollar su capacidad exportadora es importante que acudan a ferias internacionales, pero no en calidad de negociantes ni con stands, sino para explorar, aprender cómo se mueve el mercado que les interesa en el futuro y observar cómo se trabaja en otros países en el sector afín a su empresa.

En este caso, Proexport no es exigente con el perfil de los empresarios que conformen las misiones técnicas, pues se trata de una experiencia de aprendizaje.

ANEXO B. Material de Trabajo



Programa de Capacitación de Servicios al Exportador

Karen J. Reyes Peña – Oficina Regional Bucaramanga
Enero 2012

• Promoção de Turismo, Investimento e Exportações • Förderung von Tourismus, Investition und Export • Promotion du Tourisme, de L' Investissement et des Exportations • Tourism, Foreign Investment and Exports Promotion • Toeristische, Buitenlandse Invetiringen en Export Promotie • Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones • Promoção de Turismo, Investimento e Exportações • Förderung von Tourismus, Investition und Export • Promotion du Tourisme, de L' Investissement et des Exportations • Tourism, Foreign Investment and Exports Promotion • Toeristische, Buitenlandse Invetiringen en Export

Contenido Temático



- 1 Generalidades de la Entidad.
- 2 ZEIKY – Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior.
- 3 Proexport - ZEIKY.
- 4 Portafolio de Servicios.

Generalidades de la Entidad



1. Generalidades de la Entidad



Misión	Visión	Actividad Económica
Contribuir al crecimiento sostenible de Colombia, a la diversificación de mercados, a la transformación productiva, a la generación de empleo y al posicionamiento de Colombia.	En 2014 continuidad al ser la organización modelo en Latinoamérica en promoción de exportaciones, turismo e inversión extranjeros. Generación de empleo y la reducción de la informalidad. Aprovechamiento de las alianzas nacionales e internacionales para generar sinergias.	Promoción de las exportaciones no tradicionales, la atracción de inversión extranjera directa en Colombia y el posicionamiento del país como destino turístico de talla mundial.

1. Generalidades de la Entidad



Estructura Organizacional

- Staff de presidencia
- Dirección Información Comercial
- Dirección de Planeación
- Dirección de Cooperación y Convenios
- Dirección de Mercadeo
- Dirección de Comunicaciones
- Dirección de Imagen País
- Dirección de Macrorruedas y Eventos
- Dirección Informática y Tecnología
- Unidad Gestión de Proexport
- Vicepresidencia de Exportaciones
- Vicepresidencia de Inversión
- Vicepresidencia de Turismo
- 19 oficinas comerciales y representaciones fuera del país
- 7 oficinas regionales dentro de Colombia

1. Generalidades de la Entidad



Oficinas y Representaciones Comerciales - Proexport Mundo

Generación,
desarrollo y cierre
de **oportunidades**
de negocios.



1. Generalidades de la Entidad



Macro Sectores

- Agroindustria.
- Manufactura e Insumos.
- Servicios.
- Prendas de Vestir.

Clientes

- Empresarios Nacionales (con o sin experiencia exportadora).
- Compradores Internacionales.
- Turistas extranjeros.
- Inversionistas.

Ejes

- Inversión Extranjera.
- Exportaciones No Tradicionales.
- Turismo.

Regional Sder.

6849605 / 6849608 / 6382278
Calle 31ª N° 26-15 Centro
Empresarial La Florida, Oficina
706. Cañaveral – Floridablanca,
Sder.

1. Generalidades de la Entidad



Fomento de la Realización de los Negocios Internacionales a través de:





2. Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior - ZEIKY



Servicios

Información Básica y Especializada de Comercio Exterior

Centro de Documentación Empresarial (Web y Física)

Programa de Formación Exportadora - PFE

Contact Center

Jornadas de Comercio Exterior

Aseorías Grupales y Personalizadas

2. Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior - ZEIKY



24 ZEIKYS
distribuidos en
todo el territorio
nacional.



2. Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior - ZEIKY



- Los ZEIKYS trabajan con aliados estratégicos como: Universidades, Cámara de Comercio, Gobernaciones, Fundaciones, etc.
- Para el caso específico de la región de Santander, el ZEIKY encargado se encuentra ubicado en la Cámara de Comercio de Bucaramanga.
- Contacto ZEIKY Bucaramanga:

ELIETH CAROLINA MORENO DURÁN

Coordinadora Zeiky - Regional Bucaramanga

E-mail: zeiky@camaradirecta.com

Tel: (57) (7) 6527000 Ext. 265 Fax: (57) (7) 6334062

Cra. 19 No. 36-20 Piso 2.



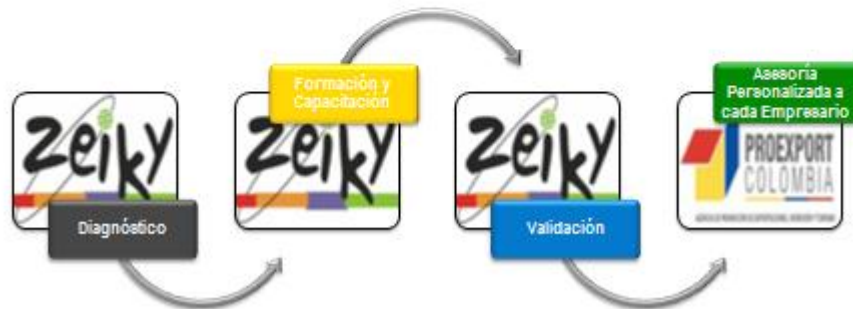
&



Protocolo de Gestión en Equipo según:

- Tipo de Solicitud.
- Tipo de Usuario.

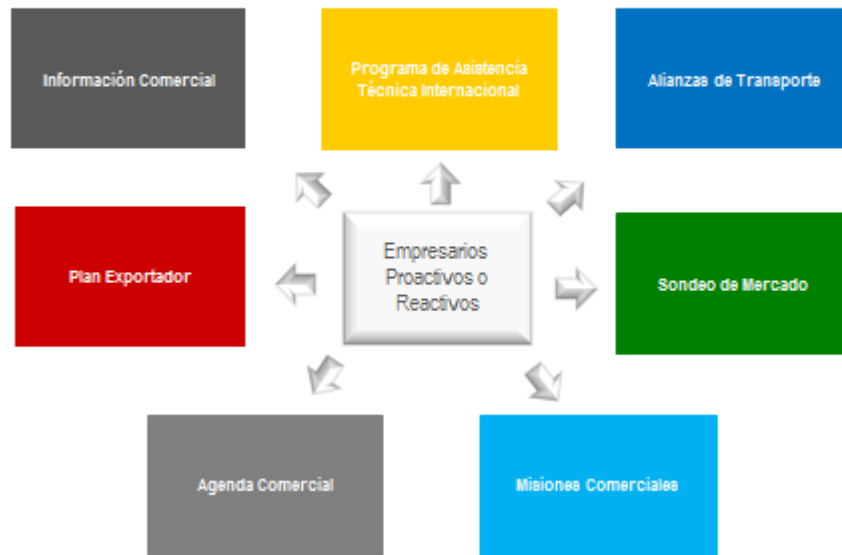
Proceso de Evaluación de Empresas Nuevas



Portafolio de Servicios



4. Portafolio de Servicios Proexport



4.1 Información Comercial



Proceso de Gestión:



Plazo de Entrega:

🇨🇴 2 semanas según complejidad de la información de interés.

4.2 Programa de Asistencia Técnica Internacional



Información General:

- Más de 25 organizaciones independientes europeas y canadienses de asesores jubilados.
- Más de 24.000 expertos voluntarios.
- Abarcan todos los sectores profesionales, tanto en el aspecto técnico como comercial, incluyendo administración, finanzas y asuntos jurídicos.
- Brindan asesoría, no retribuida, a empresas.
- Expertos con 30 años de experiencia práctica.
- Misiones de corta y mediana duración (mínimo 10 días – máximo 6 meses)
- Anualmente los expertos realizan más de 5.000 misiones en más de 140 países en todo el mundo.

4.2 Programa de Asistencia Técnica Internacional



Procedimiento:



4.2 Programa de Asistencia Técnica Internacional



Agencias de Cooperación Internacional:

- ✦ PUM – Holanda 
- ✦ SES – Alemania 
- ✦ CESO – Canadá 
- ✦ ISES – Italia 
- ✦ ECTI – Francia 
- ✦ JICA – Japón 
- ✦ SECOT – España 

4.2 Programa de Asistencia Técnica Internacional



Requisitos:

- ✦ Empresas del sector privado.
- ✦ 51% propiedad nacional.
- ✦ La empresa debe tener 2 años de existencia.
- ✦ Dificultad para contratar por sus propios medios a un experto internacional.
- ✦ Aplicación completa con una necesidad puntual y definida.
- ✦ Idioma: preferiblemente inglés.
- ✦ El solicitante debe pagar los costos de manutención local (hospedaje, transporte en la ciudad, comidas y un pequeño valor de viáticos).
- ✦ La entidad cubre seguro y viaje internacional del experto y costos administrativos siempre y cuando la empresa no lo pueda cubrir.

4.3 Alianzas de Transporte



Descuento en el valor del envío de **muestras** a otros países.

4.4 Plan Exportador

¿Qué es?

- Documento que contiene la descripción de la estrategia comercial a desarrollar en los mercados objetivos (máximo tres) y las acciones a ejecutar para lograr la comercialización de productos y/o servicios.

Proceso:



4.4 Plan Exportador

Cofinanciación:

- Monto no mayor a USD 10.000 ni al 50% del costo del Plan Exportador.



Costos Elegibles:

- Información.
- Material Promocional.
- Participación en Eventos en el Exterior.
- Misiones de Vendedores, compradores, expertos y estudios.

4.4 Plan Exportador

Solicitud de Reembolso:

- Retroactivo equivalente a 2 meses.
- La factura debe incluir valores sin IVA.
- Evidenciar cada una de las actividades desarrolladas.
- Presentar 3 cotizaciones de proveedores colombianos para el caso de la elaboración del material promocional. (Según el caso)

Retroalimentación:

- Formato de Evaluación del Plan Exportador.

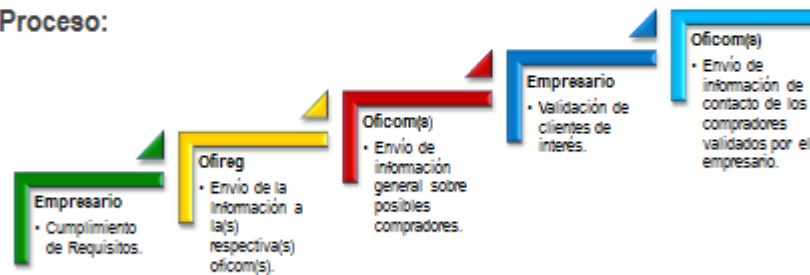


4.5 Sondeo de Mercado

¿Qué es?

- Documento que contiene información de compradores que pueden estar interesados en la oferta de la empresa exportadora.

Proceso:



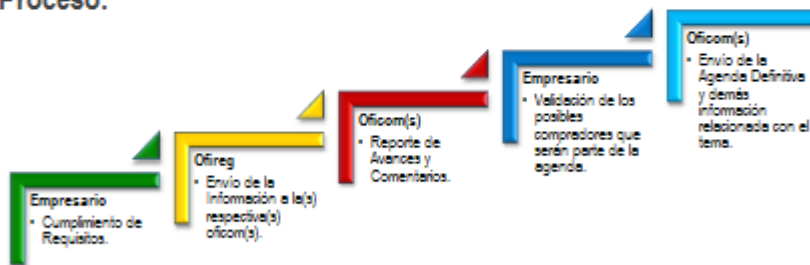
Plazo: Mínimo 30 días.

4.6 Agenda Comercial

¿Qué es?

- Consecución de citas con clientes potenciales de acuerdo con el producto a ofrecer y el perfil del cliente solicitado.

Proceso:



Plazo: Mínimo 30 días.

4.7 Misiones Comerciales

¿Qué es?

- Las Misiones Comerciales organizadas por Proexport y sus agentes comerciales son reconocidas por lograr entablar vínculos entre exportadores colombianos y compradores extranjeros.

Objetivos:

- Despertar un interés comercial en empresarios internacionales que visitan las ferias de negocios más reconocidas en Colombia.
- Facilitar a los empresarios colombianos la consecución de clientes en el exterior para realizar negocios directamente en el país en el que van a exportar.
- Aumentar las opciones de aprendizaje y conocimiento del terreno para exportadores sin experiencia.

4.7 Misiones Comerciales

Tipos:



Actividades Prácticas



ANEXO C. Material Didáctico-Práctico

Diciembre 15, 2011

Noticia 1

Nueve empresas colombianas de alimentos exploraron el mercado de Texas.



Viajaron con Proexport Colombia para aprovechar las oportunidades de negocios tras el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos.

Con el objetivo de encontrar otros nichos de mercado dentro de Estados Unidos diferentes a Nueva York y La Florida, los destinos tradicionales para los productos colombianos de agroindustria, nueve empresas nacionales de alimentos viajaron en misión exploratoria a Houston, Texas.

"Fue una experiencia excelente. Sirvió para concientizarnos de muchos aspectos que a veces pasamos por alto antes de iniciar la exportación como todo lo que es el empaque, la presentación del producto y la estrategia para llegar con éxito a los canales de distribución, aseguró Sara Velázquez, de la empresa C.I. Fusión Ltda., de Cartagena.

El viaje, organizado por Proexport Colombia, también tuvo por objetivo

encontrar nuevas oportunidades de negocios tras la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) firmado con Estados Unidos.

Participaron dos empresas de Santa Marta, Bananitas Ltda. y Grupo Tayronaca, dos de Cali, Agrícola Himalaya y Aprocol, de Bogotá la empresa D'Cambil y Cía., Pastelería Lucerna de Pereira, Fruta Seca de Verona S.A.S. de Medellín, CI Citricland LTDA de Bucaramanga, y C.I. Fusión LTDA de Cartagena.

Para Pedro Luis Peña, de Hortalizas Gourmet SA, empresa de Cali asociada a Aprocol, la visita permitió conocer el detalle del mercado norteamericano. "Nos dimos cuenta de contra quiénes estamos compitiendo y que Estados Unidos es un mercado de grandes volúmenes".

Dentro de la agenda, atendieron diferentes charlas ilustrativas sobre el mercado de Texas. Conocieron, por ejemplo, las condiciones de acceso al mercado y la cultura de negocios en Estados Unidos.

Asimismo, visitaron el Puerto de Houston y supermercados como el Fiesta Mart.

Fuente:

www.proexport.com.co/noticias/nueve-empresas-colombianas-de-alimentos-exploraron-el-mercado-de-texas

Análisis

1. ¿Qué tipo de servicio prestado por Proexport se evidencia en la noticia?
2. ¿Qué áreas de la entidad intervienen en la prestación de este servicio?

Diciembre 6, 2011

Noticia 2

Visita de empresarios de Estados Unidos abrió nuevas posibilidades de negocios para los exportadores



Conocieron la oferta exportable de 76 empresas de 11 regiones del país en agroindustria, manufacturas, prendas de vestir y turismo.

Luego de la visita a Colombia de más de 150 empresarios estadounidenses y de Puerto Rico, los exportadores colombianos encontraron que sus productos tienen nuevas oportunidades en esos mercados.

“Estuvieron muy receptivos e interesados preguntando por las composiciones de nuestras telas para ver si se adecúan a sus clientes”, señaló Gabriel Barbosa Manzanares, gerente general de Fibertex, con sede en Bogotá. “Ahora estamos hablando con dos de ellos para exportar nuestra línea de ropa deportiva a Nueva York”, añadió.

La misma impresión tuvo Andrea Cardona, jefe de comercio exterior de la empresa antioqueña Doña Paula. “Ya

estamos en negociaciones con uno de ellos para enviar a California enlatados de frijoles, alverjas y mermeladas. También están muy interesados en una línea de productos nuevos que es la de retortable, los cuales vienen en una bolsa esterilizada”.

Los empresarios, invitados por Proexport Colombia, visitaron 76 empresas colombianas de 11 regiones del país: Bogotá, Santander, Triángulo del Café, Tolima, Valle del Cauca, Antioquia, Atlántico, Magdalena y Bolívar, las cuales tendrán oportunidades de negocios una vez entre en vigencia el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre los dos países.

Durante su recorrido conocieron la oferta colombiana en prendas de vestir, alimentos, manufacturas y turismo.

“Tuvimos una muy buena experiencia con la visita y pienso que se cumplió con el objetivo de mostrar que hay empresas con buena tecnología y productos de calidad”, dijo Andrea Jaramillo de Corona.

Carlos Eduardo Hoyos, gerente general de Granitos y Mármoles, aseguró que “es muy importante que logremos traer a gente que se interese en los productos colombianos para ver como crecemos las relaciones entre Colombia y Estados Unidos. Cada vez hay mayor estabilidad”.

Los compradores visitaron empresas de confitería y galletería, frutas y verduras frescas, frutas congeladas, flores y cafés especiales.

En el sector de prendas de vestir, conocieron la oferta de infantil de hogar, deportiva y formal, manufacturas de cuero y marroquinería, uniformes,

vestidos de baño, ropa interior, jeans y calzado.

Y en manufacturas la de autopartes, materiales de construcción, muebles, aparatos médicos y químicos.

“No es lo mismo ir a las ferias y hablar con ellos allá porque no tienen el feeling del país ni los cuidados que se tienen acá en la producción”, concluyó Ana Gabriela Mejía, gerente general Caribbean Exotics.

Fuente:

www.proexport.com.co/noticias/visita-de-empresarios-de-estados-unidos-abrio-nuevas-posibilidades-de-negocios-para-los-exportadores

Análisis

1. ¿Qué tipo de servicio prestado por Proexport se evidencia en la noticia?
2. ¿Qué áreas de la entidad intervienen en la prestación de este servicio?

Noviembre 29, 2011

Noticia 3

Cinco empresas colombianas, en misión exploratoria a Construct Canadá 2011



Tendrán agendas comerciales y participarán en la feria más importante de construcción sostenible como observadores. Las empresas son de Cúcuta, Bogotá, Medellín y Barranquilla.

Con el objetivo de detectar nuevas tendencias, producto y oportunidades de exportación de productos, cinco empresas colombianas viajaron a Toronto, Canadá, para atender Construct Canada 2011, el evento más importante del mundo en construcción sostenible.

Las empresas visitantes, Cerámica Andina (Cúcuta), Technifoam (Bogotá), Acebri (Bogotá), Ci Red Clay (Medellín) y Tecnoglass (Barranquilla), participan del evento con el apoyo y acompañamiento de Proexport Colombia como parte de su estrategia para el aprovechamiento del Tratado de Libre Comercio firmado entre los dos países.

Hasta el 3 de noviembre sostendrán citas comerciales con empresas locales y participarán de la feria como observadores.

En Construct Canada 2011 participan más de mil expositores y recibe a cerca de 20 mil asistentes del sector de diseño y construcción.

Proexport Colombia ha encontrado que el sector de materiales de construcción registra oportunidades en diversos mercados como Estados Unidos, Canadá, Ecuador, Panamá, Chile y Brasil.

De acuerdo con información del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con cifras del Dane, Colombia exportó en materiales de construcción un total de US\$164,1 millones entre enero y junio de 2011, US\$8,7 millones más que en el mismo periodo de 2010. De ese total, US\$491 mil fueron exportados a Canadá.

Fuente:

www.proexport.com.co/noticias/cinco-empresas-colombianas-en-misi%C3%B3n-exploratoria-construct-canada-2011

Análisis

1. ¿Qué tipo de servicio prestado por Proexport se evidencia en la noticia?
2. ¿Qué áreas de la entidad intervienen en la prestación de este servicio?

Noviembre 21, 2011

Noticia 4

Floricultores colombianos viajan a Ecuador en misión técnica



Diez empresas exportadoras de flores y follajes tropicales de Triángulo Norte y Valle del Cauca conocerán a sus pares ecuatorianos para intercambiar conocimiento.

Del 21 al 23 de noviembre, un grupo de 10 empresas exportadoras de flores y follajes tropicales de Triángulo Norte y Valle del Cauca se embarcará en una misión técnica por Ecuador con el objetivo de conocer y aprender sobre la producción ecuatoriana.

La visita, organizada por Proexport Colombia y Asocolflores regional Centro Occidente, incluye el recorrido por dos cultivos y laboratorios especializados en flores y follajes tropicales, uno de los principales fuertes de los floricultores de Ecuador.

Estarán las empresas Villa Carmen, Primavera, Follajes la Ilusión, Tropical, La Pitita, Tropical Greens, La Margarita, El Rosario, Agrícola San Juancho y Balsillas.

También conocerán la Asociación Nacional de Productores y/o Exportadores Expoflores y la Universidad

San Francisco de Quito, en donde atenderán charlas sobre el manejo fitosanitario en el marco de la normativa ecuatoriana y sobre inductores de resistencia y el rol de la universidad en el desarrollo tecnológico.

Colombia tiene la mayor variedad de flores exóticas en el mundo, con cerca de 1.500. De acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, basado en cifras del Dane, entre enero y julio de 2011 las exportaciones colombianas de flores alcanzaron los US\$834,9 millones, lo que representó US\$128,5 millones más que en el mismo periodo de 2010.

La producción en el país se divide en tres zonas climáticas; en Bogotá y alrededores permite el crecimiento de rosas, claveles y alstroemerias; en temperatura media como Antioquia se permite el crecimiento gerberas y crisantemos; y las exóticas y follajes se cultivan en las regiones con climas cálidos como Valle del Cauca y Triángulo del Café.

Proexport Colombia, por su parte, ha identificado nuevos mercados en donde hay oportunidades de negocios en países de Europa Oriental y en Japón.

Fuente:

www.proexport.com.co/noticias/floricultores-colombianos-viajan-ecuador-en-mision-tecnica

Análisis

1. ¿Qué tipo de servicio prestado por Proexport se evidencia en la noticia?
2. ¿Qué áreas de la entidad intervienen en la prestación de este servicio?

Septiembre, 2011

Noticia 5

Expectativas de negocios por US\$ 51,5 millones dejó Macrorrueda de Negocios en México

Expectativas de negocios por US\$51,5 millones dejó la Macrorrueda de Negocios México – Triángulo Norte que culminó este jueves en Cancún con la participación de 210 empresas exportadores y 164 compradores internacionales.

“Estamos bastante satisfechos. Superamos las expectativas de negocios que nos habíamos propuesto en esta Macrorrueda. Después de haber realizado más de 2.500 citas de negocios tenemos expectativas de negocios por 51 millones 584 mil dólares y ventas durante el evento por 9,8 millones de dólares”, informó Ricardo Vallejo, vicepresidente de Exportaciones de Proexport Colombia.

De acuerdo con el balance parcial del evento, el país que más expectativas de negocios generó para los exportadores colombianos fue México con US\$48,3 millones, seguido por Guatemala con US\$2,5 millones y Honduras con US\$755 mil.

Por sectores, manufacturas con productos cosméticos tuvo expectativas de negocios por US\$11 millones, materiales de construcción, US\$7 millones y dotación hotelera con US\$4,2 millones.

El sector de agroindustria reportó expectativas por US\$18 millones, siendo confitería con US\$9,2 millones y aceites

con US\$3,5 millones los productos que más interés generaron.

El sector de prendas de vestir generó expectativas de negocios por US\$7 millones. Los productos más demandados fueron ropa deportiva por US\$3,6 millones, ropa infantil con US\$1,2, así como jeans y ropa de playa con un millón de dólares respectivamente.

Compradores satisfechos

Ludovic Delot, representante de las tiendas Liverpool de México y comprador de artículos para cocina y electrodomésticos, expresó su satisfacción por la calidad de los productos colombianos.



“Se me hace muy interesante el formato, pocas veces volteamos a ver las oportunidades de América, generalmente vemos hacia Estados Unidos, Europa o el Oriente y esta es una gran oportunidad. He visto productos muy interesantes, novedosos y competitivos”, manifestó.

Por su parte, Eduardo Franky de TREO, empresa de farmacéuticos, indicó que tuvo citas con 15 exportadores colombianos en donde “la oferta ha sido sorprendentemente muy positiva en el

área dermo-cosmética, perfumería, maquillaje con alta calidad en los productos que entrarían con mucha facilidad al mercado mexicano”.

Álvaro Garza, representante de Cocimax, empresa que comercializa todo lo relacionado con cocinas integrales, indicó que tuvo “acercamientos importantes con algunas fábricas, estamos en momento de conversar precios y condiciones pero veo muy promisorio todo lo que he encontrado en esta macrorrueda”, dijo.

Mientras compradores y exportadores desarrollaban citas de negocios, Avianca-Taca dio a conocer a los asistentes su oferta de servicios para conectar vía aérea a los empresarios de México y Triángulo del Norte con Colombia y otros destinos en el mundo.

La Macrorrueda de Negocios forma parte del Plan de Apoyo de Proexport a los exportadores colombianos afectados por la suspensión del Atpdea, la revaluación y las lluvias, así como el plan de aprovechamiento de los Tratados de Libre Comercio suscritos por Colombia.

Fuente:

www.proexport.com.co/multimedia/video/expectativas-de-negocios-por-us-515-millones-dejo-macrorrueda-de-negocios-en-mexico

Análisis

1. ¿Qué tipo de servicio prestado por Proexport se evidencia en la noticia?
2. ¿Qué áreas de la entidad intervienen en la prestación de este servicio?

Octubre 18, 2011

Noticia 6

Con materiales de construcción, colombianos buscan consolidarse en el mercado mexicano



Estarán desde este martes hasta el 22 de octubre 17 empresas mostrando sus productos en Expo Cihac 2011, la feria del sector más importante de Latinoamérica.

Con el objetivo de diversificar mercados y aprovechar las oportunidades de negocios que ofrece el mercado mexicano, 17 empresas colombianas de materiales de construcción estarán en Expo Cihac 2011, la feria más importante del sector en Latinoamérica.

A la capital mexicana viajaron, con el apoyo de Proexport Colombia, las empresas Plásticos Industriales, Azembla, Industrias Guinovart, Acoxx de Occidente, Roy Alpha, Microm de Colombia, Calorcol, Formadcol, Socoda, Colrejillas, B y G Electronics, Haceb, Kimel de Colombia, Granitos y Mármoles, Formesan, CI Energía Solar, Tecnoglass y Forsa.

Su oferta será exhibida en un pabellón de Colombia y consta de productos ventanería y sistemas constructivos en PVC, elementos en acero inoxidable, luminarias, pisos en madera, aislantes en lana de fibra de vidrio, encofrados, rejillas, electrodomésticos, productos para concreto, mármoles y granitos.

Bogotá y Valle del Cauca lideran la participación con seis empresas cada uno, seguidas por Atlántico y Antioquia con tres y Santander con una.

La tercera participación colombiana en esta feria también busca maximizar el aprovechamiento de los acuerdos comerciales vigentes entre los dos países con productos de alto valor agregado.

México se ha convertido en jugador clave para la diversificación de mercados de Colombia. De acuerdo con información del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, basado en cifras del Dane, el sector de manufacturas colombianas exportó a ese país en 2010 un total de US\$264,3 millones.

Entre enero y junio de 2011 las ventas totalizaron US\$4,5 millones, un 3,6 por ciento más que en el mismo periodo del año anterior.

La exhibición, que será del 18 al 22 de octubre en el Centro Banamex, Ciudad de México, recibirá cerca de 50 mil visitantes especializados como distribuidores, constructores, fabricantes, contratistas, diseñadores, profesores y estudiantes.

El acompañamiento de Proexport Colombia hace parte de su Plan de Apoyo para las empresas exportadoras afectadas por la Atpdea, revaluación y las lluvias.

Fuente:

www.proexport.com.co/noticias/con-materiales-de-construccion-colombianos-buscan-consolidarse-en-el-mercado-mexicano

Análisis

1. ¿Qué tipo de servicio prestado por Proexport se evidencia en la noticia?
2. ¿Qué áreas de la entidad intervienen en la prestación de este servicio?

Octubre 26, 2011

Noticia 7

Exportadores colombianos realizaron inspección de campo en Canadá



A un día de comenzar la Macrorrueda de Negocios en Toronto, un primer grupo de 103 empresarios colombianos visitó tiendas y centros comerciales para realizar estudios de mercado y conocimiento de productos.

Con el objetivo de conocer el mercado canadiense y adelantar estudios de mercado, un primer grupo de 103 exportadores colombianos de los 156 participantes en la Macrorrueda de Negocios, organizada por Proexport, realizó este miércoles visitas de campo e inspección en tiendas especializadas, centros comerciales y grandes almacenes de cadena.

Exportadores de sectores de manufacturas, agroindustria y prendas se dividieron en tres grupos y recorrieron durante todo el día grandes tiendas como Walmart, Loblaws, Kensington Market, Home Depot, Winners, Joe Fresh, The Bay, entre otras.

“Hemos organizado visitas a potenciales compradores y grandes superficies para que los exportadores colombianos identifiquen las características de los productos y realicen un acercamientos reales con clientes”, informó María Claudia Lacouture, presidenta de Proexport Colombia.

La jornada de este miércoles se realizó como preámbulo a la Macrorrueda de Negocios Colombia-Canadá que tendrá lugar en el Hotel Fairmont Royal York, a partir de este jueves como una estrategia para el aprovechamiento del Tratado de Libre Comercio con Canadá que entró en vigencia el pasado 15 de agosto.

“Tenemos expectativas muy grandes, primero por el TLC y segundo porque Proexport está desplegando tremenda actividad comercial con los empresarios colombianos”, aseguró José Luis Fonseca, de Toscafé Oma.

Destacó que el ejercicio comercial “previo a las citas que tenemos con los compradores es necesario realizar estas visitas a los principales mercados de los diferentes formatos para tener un conocimiento previo de los productos, los precios, las calidades de los empaques y una serie de características que son indispensables saber antes de sentarse a hablar con los posibles compradores”.

Durante el recorrido, un grupo de 45 exportadores del sector prendas y confecciones, recorrieron centros comerciales y grandes superficies de venta de ropa, con el fin de comparar productos, texturas, diseños y precios.

“El objetivo de estas visitas es acercarnos un poco más al mercado. Las Macrorruedas son un mecanismo un poco más fácil para conocer el potencial que tienen los productos nuestro en este mercado, entonces es un camino de

exploración y tiene uno también la oportunidad de estar con clientes potenciales”, explicó Poliana Escobar de Teen Club, empresa dedicada a la confección para niños.

A su vez, 47 empresarios del sector de agroindustria visitaron tiendas especializadas en alimentos orgánicos, alimentos convencionales, el mercado chino y retails estilo gourmet. Allí identificaron tendencias de consumo, promociones y el tipo de exhibiciones que tienen estos productos por canal de distribución.

“Pienso que el día de hoy fue muy interesante al poder ver la presentación de los productos, pudimos ver precios, localidades, y pienso que la expectativa de nosotros como empresarios acá en Canadá para traer muestras y lograr algún tipo de negocios es muy grande”, resaltó Eduardo Cuello de Caribbean Exotic Fruits.

En Toronto se realizará la última de las tres macrorruedas de negocios organizada por Proexport. Asistirán 156 exportadores y 207 compradores. También Colombia expondrá las oportunidades inversión en el país y llevará una misión de exploración de mercados en agroindustria, manufacturas y prendas de vestir, y otra técnica para empresarios de software y videojuegos.

Fuente:

www.proexport.com.co/noticias/exportadores-colombianos-realizaron-inspeccion-de-campo-en-canada

Análisis

1. ¿Qué tipo de servicio prestado por Proexport se evidencia en la noticia?

2. ¿Qué áreas de la entidad intervienen en la prestación de este servicio?

Noviembre 23, 2011

Noticia 8

Industria editorial de Colombia busca consolidarse en México



Un grupo de 27 empresas editoriales e impresoras del país participará en la Feria del Libro de Guadalajara 2011, la exhibición más importante de Latinoamérica.

En un stand dedicado exclusivamente a Colombia, 24 empresas editoriales y tres impresoras del país exhibirán y ofrecerán sus productos y servicios en la Feria del Libro de Guadalajara 2011.

Los exportadores estarán en México entre el 26 de noviembre y el 4 de diciembre, apoyados por Proexport Colombia. La feria es considerada el evento del libro más importante de América Latina.

Su objetivo será dar a conocer la oferta exportable de las editoriales del país y posicionar la literatura y cultura de Colombia bajo una imagen consolidada y de líder en la industria. Adicionalmente, buscarán hacer negocios

con distribuidores de Latinoamérica y Estados Unidos.

Durante la Feria, que este año cumple 25 de fundada, se le hará promoción a la Feria Internacional del Libro en Bogotá 2012.

De las editoriales estarán Books and Toons, Siglo del Hombre Editores, ECOE Ediciones, Lemoine Editores, Fonolibros de Colombia, Temis, Ediciones de la U, Sociedad de San Pablo, Ediciones Internacionales BCA, Ediciones Gamma, Corporación para Investigaciones Biológicas, Babel Libros, Difundir, Oveja Negra, Ediciones Educar, Continente Editores, La Carreta Editores, Zamora Editores, Editora Cultural Internacional, Panamericana Editorial, Leyer Editores, Sigma Editores, REIC Editores y Villegas Editores.

Los impresores son Panamericana Formas e Impresos, Printer Colombiana y D'vinni.

De acuerdo con información del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con cifras del Dane, el sector editorial de Colombia exportó entre enero y junio de 2011 un total de US\$49,6 millones.

En 2010 totalizaron US\$99 millones, siendo Estados Unidos el principal destino al representar el 22 por ciento de las exportaciones del sector. Le siguieron México, Ecuador y Venezuela con participaciones del 15, 11 y 10 por ciento respectivamente.

Fuente:

www.proexport.com.co/noticias/industria-editorial-de-colombia-busca-consolidarse-en-mexico

Análisis

1. ¿Qué tipo de servicio prestado por Proexport se evidencia en la noticia?
2. ¿Qué áreas de la entidad intervienen en la prestación de este servicio?

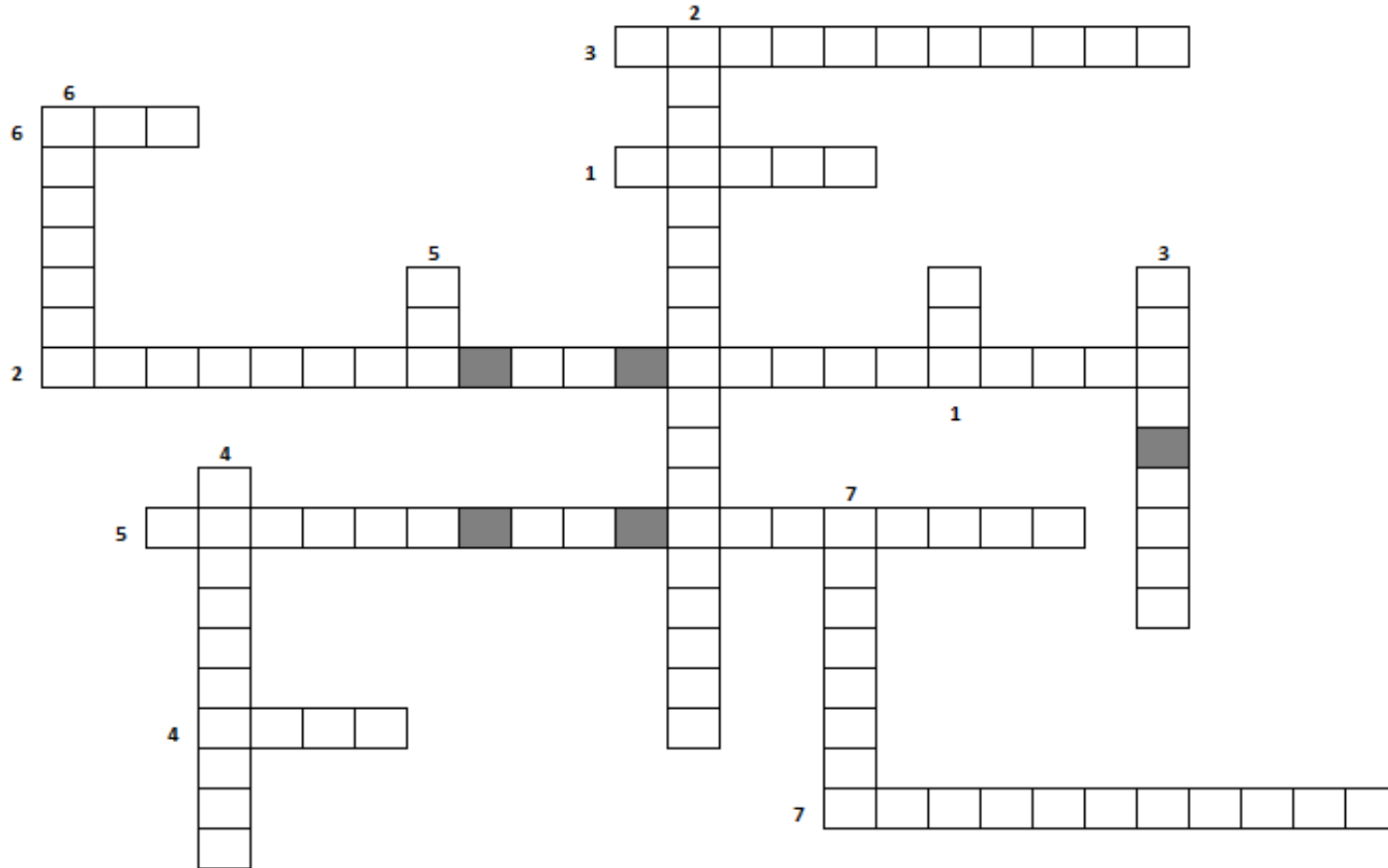
Horizontales

1. Tipo de estrategia descrita en un plan exportador.
2. Documento que contiene información de posibles compradores interesados en la oferta de la empresa exportadora.
3. Porcentaje máximo de apoyo económico en un plan exportador.
4. Retroactivo que maneja la entidad para la solicitud de reembolsos.
5. Encargado validar el plan exportador.
6. Consiste en la convocatoria a Colombia de compradores internacionales.
7. Las facturas de reembolso no deben contener este valor.
8. Requisitos esenciales para que la entidad reciba las facturas de reembolso de material POP, diseño y rediseño de páginas web.
9. Servicio ofrecido por Proexport que consiste en la consecución de citas con clientes potenciales y no existe apoyo económico.

Verticales

1. Encargado de recibir las solicitudes comerciales de los empresarios e iniciar la gestión de respuesta de la misma.
2. Mínimo de días de anterioridad con los que se debe enviar la solicitud de agenda comercial a la respectiva oficina.
3. Cronograma de actividades contenido en el plan exportador.
4. Encargado de aprobar el plan exportador.
5. Tipo de exportaciones promocionadas por la entidad.
6. Encargado de solicitar el reembolso de los recursos aprobados en un plan exportador.
7. El empresario debe trabajar de una de estas maneras con Proexport para poder acceder a los servicios ofrecidos por la entidad.

Crucigrama 2



Horizontales

1. Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior.
2. Beneficio que se ofrece a los empresarios que consiste en un descuento en el valor del envío de muestras a otros países.
3. Etapa inicial del proceso de evaluación de empresas nuevas y que se encuentra a cargo del Zeiky.
4. Agencia de Cooperación Internacional ubicada en Canadá.
5. Ubicación específica del Zeiky en Bucaramanga.
6. Abreviatura del programa de capacitación que proporciona las herramientas necesarias para dar inicio al proceso exportador y que es desarrollado por el Zeiky.
7. Es el encargado de pagar los costos de manutención local del experto que brinda la asesoría en los Programas de Asistencia Técnica Internacional.

Verticales

1. Agencia de Cooperación Internacional ubicada en Holanda.
2. Tipo de cooperación del Zeiky entre Proexport Colombia, Bancoldex, Mincomercio y la Cámara de Comercio de Bucaramanga.
3. Duración mínima de ejecución de los Programas de Asistencia Técnica Internacional.
4. Última etapa del proceso de evaluación de empresas nuevas en la que interviene el Zeiky.
5. Agencia de Cooperación Internacional ubicada en Alemania.
6. Tipo de empresa que puede aplicar a los Programas de Asistencia Técnica Internacional ofrecidos por la entidad.
7. Personas encargadas de brindar la asesoría especializada y no retribuida a empresas que aplican a Programas de Asistencia Técnica Internacional.

ANEXO D. Respuestas Material Didáctico-Práctico



Respuestas de las Noticias

Noticia 1. Nueve empresas colombianas de alimentos exploraron el mercado de Texas.

1. ¿Qué tipo de servicio prestado por Proexport se evidencia en la noticia?

 Misión Técnica y Exploratoria

2. ¿Qué áreas de la entidad intervienen en la prestación de este servicio?












-  Oficina Regional Cartagena
-  Oficina Regional Barranquilla
-  Oficina Regional Cali
-  Oficina Regional Pereira
-  Oficina Regional Medellín
-  Oficina Regional Bucaramanga
-  Oficina Comercial Estados Unidos
-  Gerencia Agroindustria

Noticia 2. Visita de empresarios de Estados Unidos abrió nuevas posibilidades de negocios para los exportadores

1. ¿Qué tipo de servicio prestado por Proexport se evidencia en la noticia?



 Misión de Compradores

2. ¿Qué áreas de la entidad intervienen en la prestación de este servicio?






-  Gerencia Agroindustria
-  Gerencia Prendas de Vestir
-  Gerencia Manufacturas
-  Oficina Comercial Estados Unidos
-  Oficina Comercial del Caribe
-  Oficina Regional Medellín
-  Oficina Regional Cali
-  Oficina Regional Barranquilla
-  Oficina Regional Cartagena
-  Oficina Regional Pereira
-  Oficina Regional Bucaramanga

Noticia 3. Cinco empresas colombianas, en misión exploratoria a Construct Canadá 2011

1. ¿Qué tipo de servicio prestado por Proexport se evidencia en la noticia?

-  Misión Técnica y Exploratoria
-  Agendas Comerciales

2. ¿Qué áreas de la entidad intervienen en la prestación de este servicio?





-  Oficina Regional Cúcuta
-  Oficina Regional Medellín
-  Oficina Regional Barranquilla
-  Gerencia Manufacturas
-  Oficina Comercial Canadá

Noticia 4. Floricultores colombianos viajan a Ecuador en misión técnica

1. ¿Qué tipo de servicio prestado por Proexport se evidencia en la noticia?



-  Misión Técnica y Exploratoria

2. ¿Qué áreas de la entidad intervienen en la prestación de este servicio?







-  Gerencia Agroindustria
-  Oficina Comercial Triángulo del Norte
-  Oficina Comercial Ecuador
-  Oficina Regional Cali

Noticia 5. Expectativas de negocios por US\$ 51,5 millones dejó Macrorrueda de Negocios en México

1. ¿Qué tipo de servicio prestado por Proexport se evidencia en la noticia?

-  Misión Comercial de Compradores
-  Misión Comercial de Exportadores

2. ¿Qué áreas de la entidad intervienen en la prestación de este servicio?




-  Oficina Comercial México
-  Oficina Comercial Triángulo del Norte
-  Todas las Oficinas Regionales de Colombia
-  Gerencia Agroindustria
-  Gerencia Manufacturas
-  Gerencia Prendas de Vestir

Noticia 6. Con materiales de construcción, colombianos buscan consolidarse en el mercado mexicano

1. ¿Qué tipo de servicio prestado por Proexport se evidencia en la noticia?

 Misión Comercial de Exportadores

2. ¿Qué áreas de la entidad intervienen en la prestación de este servicio?






-  Oficina Comercial México
-  Gerencia Manufacturas
-  Oficina Regional Cali
-  Oficina Regional Barranquilla
-  Oficina Regional Medellín
-  Oficina Regional Bucaramanga

Noticia 7. Exportadores colombianos realizaron inspección de campo en Canadá

1. ¿Qué tipo de servicio prestado por Proexport se evidencia en la noticia?

 Misión Técnica y Exploratoria

2. ¿Qué áreas de la entidad intervienen en la prestación de este servicio?

-  Oficina Comercial Canadá
-  Gerencia Manufacturas
-  Gerencia Agroindustria
-  Gerencia Prendas de Vestir
-  Respectivas Oficinas Regionales

Noticia 8. Industria editorial de Colombia busca consolidarse en México

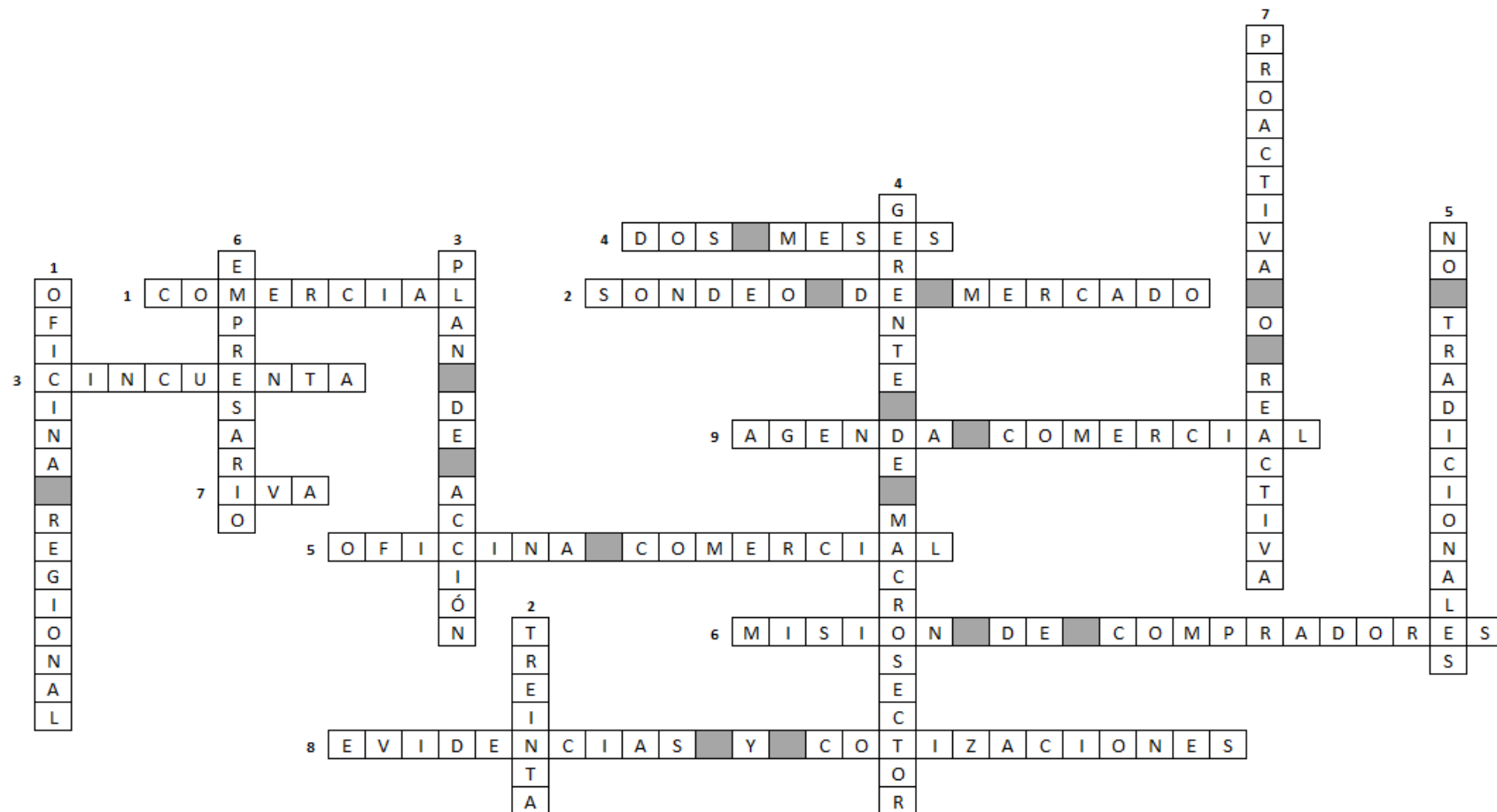
1. ¿Qué tipo de servicio prestado por Proexport se evidencia en la noticia?

 Misión Comercial de Exportadores

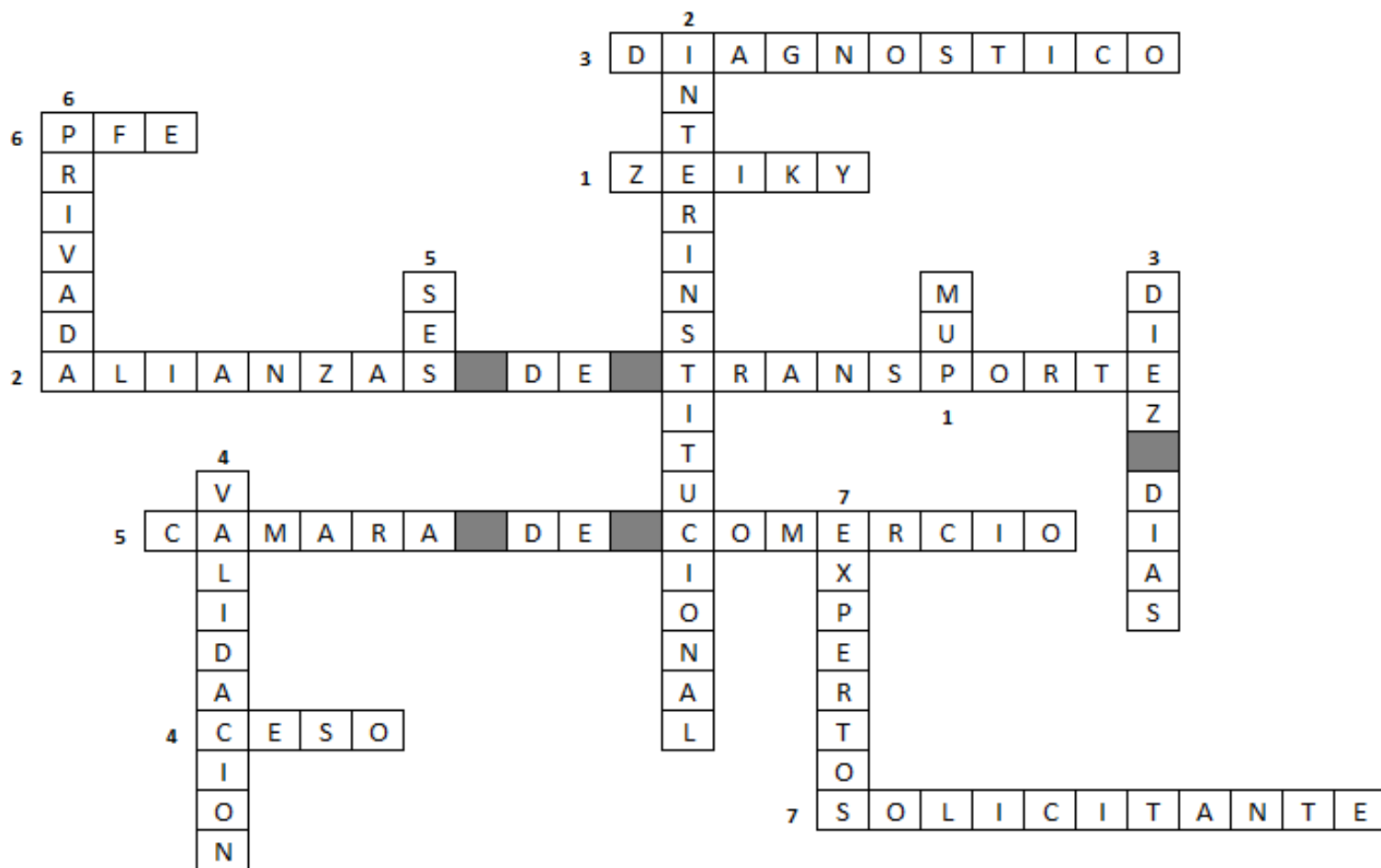
2. ¿Qué áreas de la entidad intervienen en la prestación de este servicio?

-  Oficina Comercial México
-  Gerencia Manufacturas
-  Respectivas Oficinas Regionales

Crucigrama 1



Crucigrama 2



BIBLIOGRAFÍA

COBOS BLANCO, María Natalia. Identificación de las causas determinantes en la asistencia a actividades coordinadas por Proexport Colombia regional Bucaramanga, enfocado a las gerencias Manufactura, Agroindustria y Servicios. Trabajo de Grado. Bucaramanga: Universidad Pontificia Bolivariana. Facultad de Ingeniería Industrial, 2010. 86 p.

WEBGRAFÍA

Proexport Colombia: Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones [En Línea]. 2011 [Citado Septiembre 10 de 2011]. Disponible en internet: <<http://www.proexport.com.co/proexport/que-es-proexport/mision-y-vision>>

Proexport Colombia: Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones [En Línea]. 2011 [Citado Septiembre 10 de 2011]. Disponible en: <<http://www.proexport.com.co/proexport/que-es-proexport>>

Proexport Colombia: Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones [En Línea]. 2011. [Citado Septiembre 10 de 2011]. Disponible en internet: <<http://www.proexport.com.co/proexport>>

Proexport Colombia: Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones [En Línea]. 2011. [Citado Septiembre 24 de 2011]. Disponible en internet: <<http://www.proexport.com.co/conozca-proexport/nuestra-historia>>

Gestión Humana. [En Línea]. 2010. [Citado Octubre 20 de 2011]. Disponible en internet: <http://www.gestionhumana.com/gh4/BancoMedios/Documentos%20PDF/17-como_estructurar_capacitacion.pdf>

Emprende Pyme. [En Línea]. 2011. [Citado Octubre 20 de 2011]. Disponible en internet: <<http://www.emprendepyme.net/cuarto-paso-elaboracion-del-programa.html>>

Ministerio de Educación Nacional: República de Colombia [En Línea]. 2010. [Citado Octubre 19 de 2011]. Disponible en internet: <<http://www.mineducacion.gov.co/1621/w3-article-232769.html>>

Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. [En Línea]. 2010. [Citado Octubre 19 de 2011]. Disponible en internet: <http://www.upbbga.edu.co/filesupb/planeacion/p2011_2015_5.pdf>