

**PLAN DE EXPORTACIÓN DEL LIMÓN PULVERIZADO AL MERCADO DE
HOLANDA PARA LA EMPRESA CENIPAC.**

YILDER FABIÁN ANGARITA RODRÍGUEZ

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
BUCARAMANGA 2019**



unab

Universidad Autónoma de Bucaramanga

de puertas abiertas

VIGILADA MINEDUCACIÓN

*LA FUNDACION “CENIPAC” CENTRO INTEGRAL
PARA LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA COLOMBIANA,
BUSCA LA FORMA DE FORTALECER EL SECTOR
AGRICOLA INVOLUCRÁNDOSE Y PROPONIENDO
PROYECTOS QUE BUSCAN MEJORAR LA CALIDAD
DE VIDA DE LOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS DE
SANTANDER*

ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA

Apoyar los procesos de formulación, revisión y seguimiento técnico dentro de los proyectos que lleve a cabo el municipio de sabana de torres.

Actividades que realizaron

- **Apoyar en la formulación y evaluación de proyectos para el desarrollo económico y productivo del municipio.**
- **Revisar las declaraciones de industria y comercio bajo la supervisión del contador.**
- **Cruce de información exógena suministrada por la Dian con la base de datos del Municipio.**

Jefe inmediato: Lida Salazar Ardila
Fecha de inicio. 1 de agosto del 2018
Fecha de finalización : 1 de enero.

PROBLEMA DE INVESTIGACION



JUSTIFICACIÓN

LOS CÍTRICOS SON CULTIVOS PERMANENTES Y EN GENERAL TIENEN ALTA ADAPTABILIDAD A DIVERSAS CONDICIONES CLIMÁTICAS, FACILITANDO SU CULTIVO EN UN GRAN NÚMERO DE PAÍSES, AUNQUE LAS REGIONES PRODUCTORAS POR EXCELENCIA HAN SIDO LOCALIZADAS EN EL CONTINENTE AMERICANO Y EN EL OCCIDENTE DEL CONTINENTE EUROPEO (LADANIYA, M. CITRUS FRUIT: BIOLOGY TECHNOLOGY AND EVALUATION. USA: ELSEVIER, 2008. P. 336.)

LA IMPORTANCIA DE ESTAS FRUTAS RADICA EN SU ALTO CONTENIDO DE ANTIOXIDANTES, SUSTANCIAS CAPACES DE BLOQUEAR EL DAÑO DE LOS RADICALES LIBRES (COMO LA CONTAMINACIÓN, EL TABACO, ENTRE OTROS), EVITAR EL ENVEJECIMIENTO PREMATURO DEL ORGANISMO Y PREVENIR ENFERMEDADES CRÓNICAS Y DEGENERATIVAS COMO EL CÁNCER.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de exportación de limón pulverizado como herramienta de incursión al mercado de Holanda, para la fundación Cenipac.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Analizar los aspectos organizacionales, de producción, portafolio de productos y mercadeo de la empresa CENIPAC.



Determinar las condiciones de acceso para la exportación de limón pulverizado hacia Holanda.



Elaborar un plan de exportación de limón pulverizado.

MARCO TEÓRICO

- Plan de exportación: Lleve sus productos a todo el mundo, Libro de Carlos Morales Troncoso.
- Internacionalización
- Roque Pavón, A. y. (1996). Cómo exportar.

CONCEPTUAL

- Para el diseño del plan de exportación para la empresa CENIPAC, se mencionan palabras clave tales como, incursionar en mercados, internacionalización, plan de exportación, sector hortofrutícola, Medidas sanitarias y fitosanitarias

MARCO LEGAL

- Resolución ICA 1806 de 2004
- Decreto 3075 de 1997
- Resolución 7992 de 1991
- Reglamento (CE) 1799/2001 del 12 de septiembre de 2001
- Decreto 60 de 2002
- Resolución ICA 1806 de 2004
- Reglamento del Parlamento Europeo (CE) 178/2002
- Real Decreto 1801 de 2003
- Reglamento del parlamento europeo (C. E.) N° 852 de 2004 y del consejo de 29 de abril de 2004.
- Reglamento del Parlamento Europeo (CE) 2073/2005

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVOS	ACTIVIDADES PARA EL CUMPLIENDO DE LOS OBJETIVOS.	RESULTADOS
<p>1. Analizar los aspectos organizacionales, de producción, portafolio de productos y mercadeo de la empresa CENIPAC.</p>	<p>- Realización de un encuentro con el representante de la Fundación "CENIPAC", donde se le solicito información de la empresa.</p>	<p>Análisis de los aspectos organizacionales. Se determinó la capacidad exportadora de CENIPAC.</p>
<p>2. Determinar las condiciones de acceso para la exportación de limón pulverizado hacia Holanda.</p>	<p>Análisis estadísticos entre 10 países de la página web trade map donde se determinó el mercado objetivo.</p> <p>Investigación de los requisitos de acceso al país objetivo (Holanda) en páginas web oficiales.</p> <p>Revisión de información sobre Holanda, datos económicos, forma de hacer negocios, datos demográficos.</p>	<p>Se desarrolló la matriz requerida a través de estadísticas para determinar el país de nuestro mercado meta. Se determinó los requisitos de acceso, en las páginas web oficiales, europe taxation, Santander trade, entre otras.</p>
<p>3. Elaborar un plan de exportación de limón pulverizado.</p>	<p>Revisión de literatura respecto a planes de exportación.</p>	<p>Se realizó una matriz de costos, Se determinó la distribución internacional y el embalaje del producto para entrar a Holanda.</p>

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO 1: Analizar los aspectos organizacionales, de producción, portafolio de productos y mercadeo de la empresa CENIPAC.

CENIPAC

Razón social: Fundación centro integral para la producción agrícola colombiana.

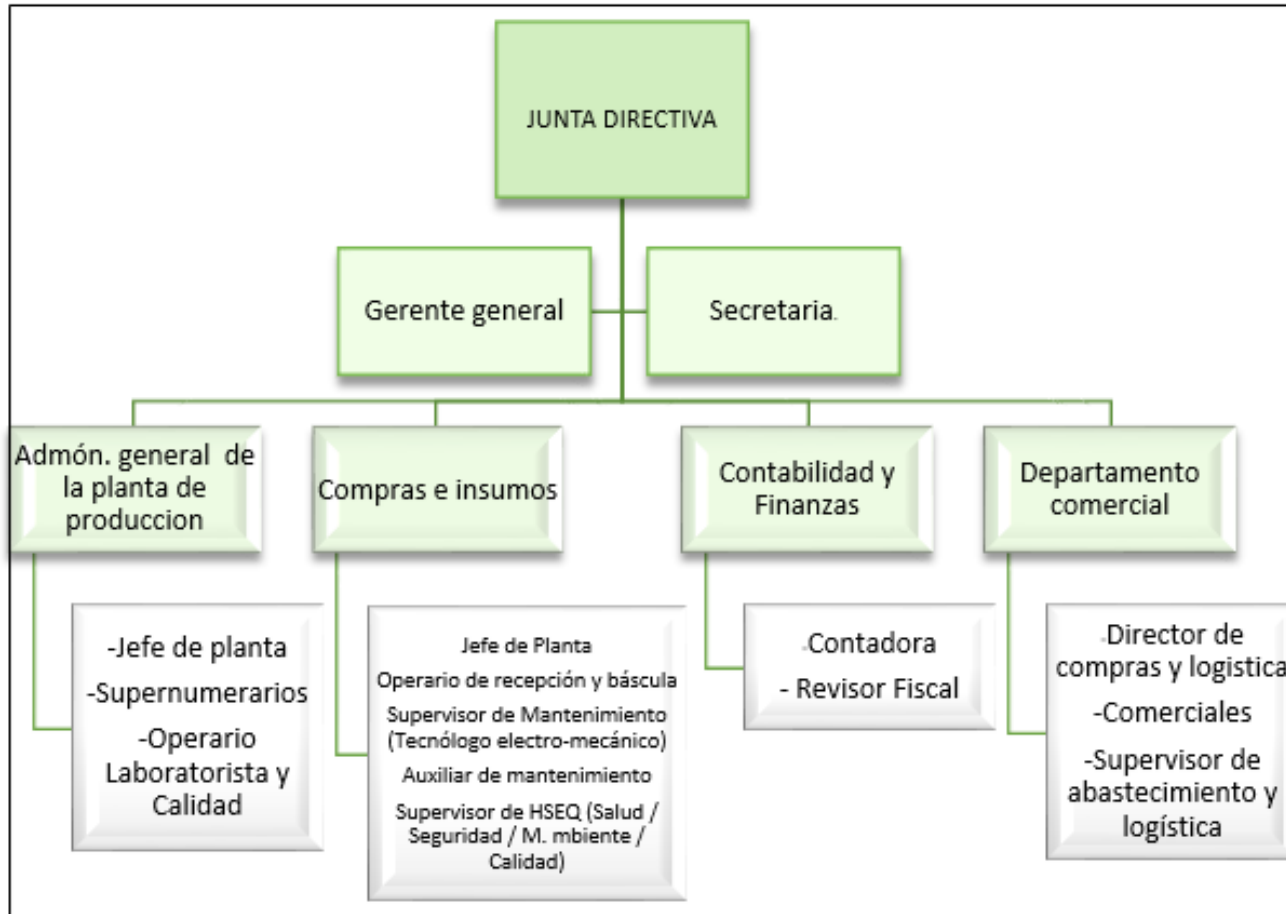
NIT: 900997493-0

Objeto social:

Nuestro objetivo principal es perseguir fines de beneficencia, el interés o utilidad y el mejoramiento de la calidad de vida, el bienestar común o el interés social, para lo cual podrá promocionar y ejecutar proyectos.



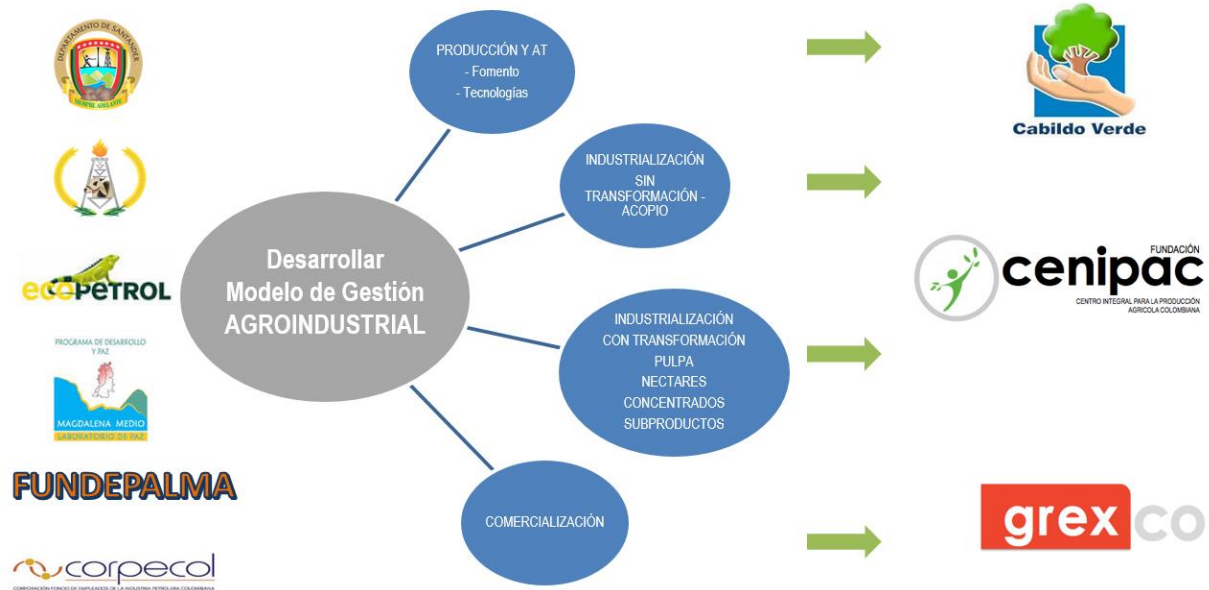
Aspectos organizacionales.



ALIADOS

El proceso asociativo que tiene CENIPAC, están legalmente constituidas, certificadas y habilitadas para exportación, desarrollando excelentes procesos productivos.

PROCESO ASOCIATIVO:



VOLUMEN DE PRODUCCION

La capacidad de la planta de producción de la fundación CENIPAC se estima que sería la siguiente, según la información suministrada por CENIPAC. También se añade otras proyecciones de producción teniendo en cuenta compra a otros productores y el fomento de la siembra. (CENIPAC, 2018)

CAPACIDAD LÍNEA CÍTRICOS

5000 kg / Hora



	HECTÁREAS SEMBRADAS	PRODUCCIÓN PROMEDIO ANUAL TON/AÑO	TON FRUTA/HORA	TURNOS /HORAS	FRUTA TURNO	SEMANA /DÍAS	MES /DÍAS	AÑO /DÍAS
						5	20	240
INVENTARIO (MUESTRA)	841,14	9.232	5	8	40	200	800	9.600
MERCADEO Promoción de Compra a otros productores y venta de acciones	1.822,00	20.000	5	16	80	400	1.600	19.200
FOMENTO SIEMBRAS - en la región	2.733,00	30.000	5	24	120	600	2.400	28.800

CAPACIDAD LÍNEA FRUTAS

1000 kg / Hora



La información reflejada en la tabla anterior, está basada en la siguiente imagen

CONDENSADO MUNICIPIOS MM				
Producto	Area (ha)	% Area	Producción (Toneladas/año)	
Mandarina	327,37	33,89%	2.390	
Naranja	228,75	23,68%	3.477	
Limón	226,76	23,47%	2.200	
Tangelo	58,26	6,03%	1.165	9.232
Mango	20,05	2,08%	182	
Guayaba	16,70	1,73%	289	
Guanabana	15,35	1,59%	207	
Piña	11,75	1,22%	323	
Maracuya	3,15	0,33%	49	
Papaya	1,50	0,16%	45	
Sabila	1,00	0,10%	24	



CÍTRICOS



Portafolio de productos.

Los productos con los que planea la fundación CENIPAC llegar a los mercados son los siguientes:

Pulpa de Fruta



Néctares y Jugos



Citricos Pulverizados



Fruta fresca



Perfil de la mercancía

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	0805.50.21.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías Agrios (cítricos) frescos o secos. - Limones (Citrus limon, Citrus limonum) y limas (Citrus aurantifolia, Citrus latifolia): - - Limas (Citrus aurantifolia, Citrus latifolia): - - - Limón (limón sutil, limón común, limón criollo) (Citrus aurantifolia)			01-ene-2007	...	
Unidad física	kg - Kilogramo			01-ene-2007	...	



O.E M = producción total – ventas nacionales

O.E M = 180.000 KG – 30.000 KG

O.E M = 150.000 kg

PRODUCTO

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO 2: Determinar las condiciones de acceso para la exportación de limón pulverizado hacia Holanda.



Nombre oficial:	Holanda o Países Bajos
Superficie:	41.526 Km2.
Población:	16,4 millones
Capital:	Ámsterdam.
Moneda:	1 EURO = 3493,91 COP
Idioma:	Neerlandés e ingles.
Forma de gobierno:	Monarquía Constitucional.
Presidente:	Mark Rutte.
PIB:	772.694 Millones de Euros
PIB Per Cápita:	44.800 Euros
Inflación:	2,2%


Matriz de selección de países

Trade Map

0805.50.21.00 COLOMBIA

MATRIZ DE SELECCION DE PAISES POTENCIALES

NO	VARIABLES	Pond.	Pais 1		Pais 2		Pais 3		Pais 4		Pais 5		Pais 6		Pais 7		Pais 8		Pais 9		Pais 10	
			Estados Unidos		Paises Bajos		Rusia		Alemania		Francia		Reino Unido		Italia		Arabia Saudita		Polonia		Canada	
			Calif.	Punt.	Calif.	Punt.	Calif.	Punt.	Calif.	Punt.	Calif.	Punt.	Calif.	Punt.	Calif.	Punt.	Calif.	Punt.	Calif.	Punt.	Calif.	Punt.
1	Volúmenes de compra más elevados	15%	5,00	0,75	4,00	0,60	4,00	0,60	4,00	0,60	3,00	0,45	3,00	0,45	3,00	0,45	3,00	0,45	2,00	0,30	2,00	0,30
2	Estan crecimiento rápido con proyección a seguir creciendo	14%	2,00	0,28	2,50	0,35	3,00	0,42	3,00	0,42	3,50	0,49	2,50	0,35	4,00	0,56	4,00	0,56	3,00	0,42	1,00	0,14
3	presenta condiciones más favorables: Accesibilidad	10%	4,20	0,42	4,50	0,45	3,20	0,32	4,50	0,45	4,50	0,45	3,20	0,32	4,50	0,45	1,60	0,16	4,50	0,45	4,00	0,40
4	Presenta condiciones más favorables: Prácticas comerciales	8%	4,50	0,36	5,00	0,40	3,26	0,26	5,00	0,40	4,81	0,38	4,81	0,38	3,52	0,28	4,13	0,33	3,89	0,31	5,00	0,40
5	Exportaciones Colombianas del producto a ese Destino	13%	5,00	0,65	4,00	0,52	1,00	0,13	2,00	0,26	5,00	0,65	1,00	0,13	2,00	0,26	1,00	0,13	1,00	0,13	1,00	0,13
6	Proximidad cultural	10%	3,50	0,35	3,75	0,38	2,63	0,26	3,75	0,38	3,75	0,38	3,25	0,33	3,75	0,38	1,50	0,15	3,25	0,33	4,00	0,40
7	Afinidad Comercial	10%	5,00	0,50	5,00	0,50	2,00	0,20	5,00	0,50	4,00	0,40	3,00	0,30	4,00	0,40	1,00	0,10	1,00	0,10	4,00	0,40
8	Facilidad de hacer negocios	5%	4,13	0,21	3,80	0,19	3,78	0,19	3,95	0,20	3,81	0,19	4,11	0,21	3,64	0,18	3,13	0,16	3,87	0,19	3,96	0,20
9	Preferencias arancelarias	7%	5,00	0,35	5,00	0,35	1,00	0,07	5,00	0,35	5,00	0,35	1,00	0,07	5,00	0,35	1,00	0,07	5,00	0,35	5,00	0,35
10	Desempeño logístico	5%	3,90	0,20	4,20	0,21	2,57	0,13	4,23	0,21	3,80	0,19	4,07	0,20	3,76	0,19	3,16	0,16	3,43	0,17	3,93	0,20
11	Presenta condiciones más favorables: Nivel de intensidad de la competencia	3%	1,00	0,03	5,00	0,15	4,50	0,14	3,50	0,11	3,00	0,09	2,50	0,08	4,00	0,12	5,00	0,15	5,00	0,15	3,50	0,11
Totales		100%	4,09		4,10		2,72		3,87		4,02		2,81		3,62		2,41		2,90		3,02	

 Pais elegido

CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO DE HOLANDA

Arancel aplicado: es arancel de importación de los productos, sin considerar acuerdos comerciales ni otras preferencias, en Holanda se establece de la siguiente manera: IVA general de 21% e IVA reducido para alimentos del 6%.

Acuerdos comerciales: Holanda como es miembro de la unión europea, se acoge a lo pactado en el TLC entre Colombia y la Unión Europea. Y el beneficio que recibió el sector hortofrutícola fue con acceso inmediato libre de aranceles en su gran mayoría, y en algunos otros casos, tendrán condiciones favorables de acceso al mercado frente a terceros.

Barrera no arancelaria: Para el producto Limón Pulverizado no establece ninguna barrera no arancelaria.

Normas de origen: Las normas de origen, las frutas y hortalizas tendrán que ser totalmente obtenidas, y para las preparaciones de frutas y hortalizas un 50% de las mismas tendrán que ser originarias.

Normas de etiquetado: Las normas de la Unión sobre declaraciones nutricionales y de propiedades saludables han sido establecidas por el Reglamento (CE) nº 1924/2006. El Reglamento comenzó a aplicarse el 1 de julio de 2007.

Medidas sanitarias: Certificado fitosanitario: La UE ha establecido una serie de requisitos fitosanitarios con el fin de prevenir la introducción y la propagación en la UE de organismos nocivos para los vegetales y los productos vegetales. Los requisitos suponen principalmente que no se permite importar en la UE determinados organismos clasificados, a menos que se den unas circunstancias concretas. Y los vegetales y los productos vegetales que se especifican deberán ir acompañados de un certificado fitosanitario.

DOCUMENTOS PARA INGRESAR MERCANCIA HOLANDA Y VISTOS BUENOS.

Los documentos requeridos por Aduana para el ingreso de mercancías Envíos comerciales:

- Factura comercial: donde se detalle el todo el contenido de la mercancía.
- Certificados de bienes sujetos a derechos preferenciales.
- Licencia de importación para:
 - a) Productos agrícolas, stocks animales y textiles.

Los vistos buenos que debe tener el producto.



Certificadora de estándares orgánicos y ambientales



RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO 3 : Elaborar un plan de exportación de limón pulverizado.

Se va proyecta exportar a Holanda un contenedor de 40 pies Estándar, el cual va lleno de cajas (375) en forma de carga suelta, dichas cajas contienen 36.000 Sobres de 500gr de Limón Pulverizado.

EMPAQUE



ENVASE



EMBALAJE



MARCAS DE MANIPULEO



Cubicaje del producto en el contenedor.

Resultado del llenado

[Tipo de contenedor](#) > [Tipo de carga](#) > [Cargas](#) > [Tipo de carga](#) > [Palets](#) > [Contenedores](#) > [Parámetros de la carga](#) > Resultados

Results

DEMO

Contenedores	Carga del embalaje
Todos los contenedores: 40' dv: 1 unidades	375e paquetes totales. Packed: 375e paquetes. (100%)
	Contenedor N°1 (40' dv 1 unidades) Packed: 375 packages: (100%). Including: Cargo1 - 375 paquetes (100%) Cargo volume: 49.36 m ³ (73% of volume) Cargo weight: 18750 kg. (65% of max payload) Muestre los paquetes por bloques Muestre el empaquetado paso a paso 

Mejor opción de transporte

Las rutas de transporte para la distribución de carne entre Colombia y Holanda será la siguiente:

1) Colombia: Lebrija- Bucaramanga → Puerto de Cartagena=

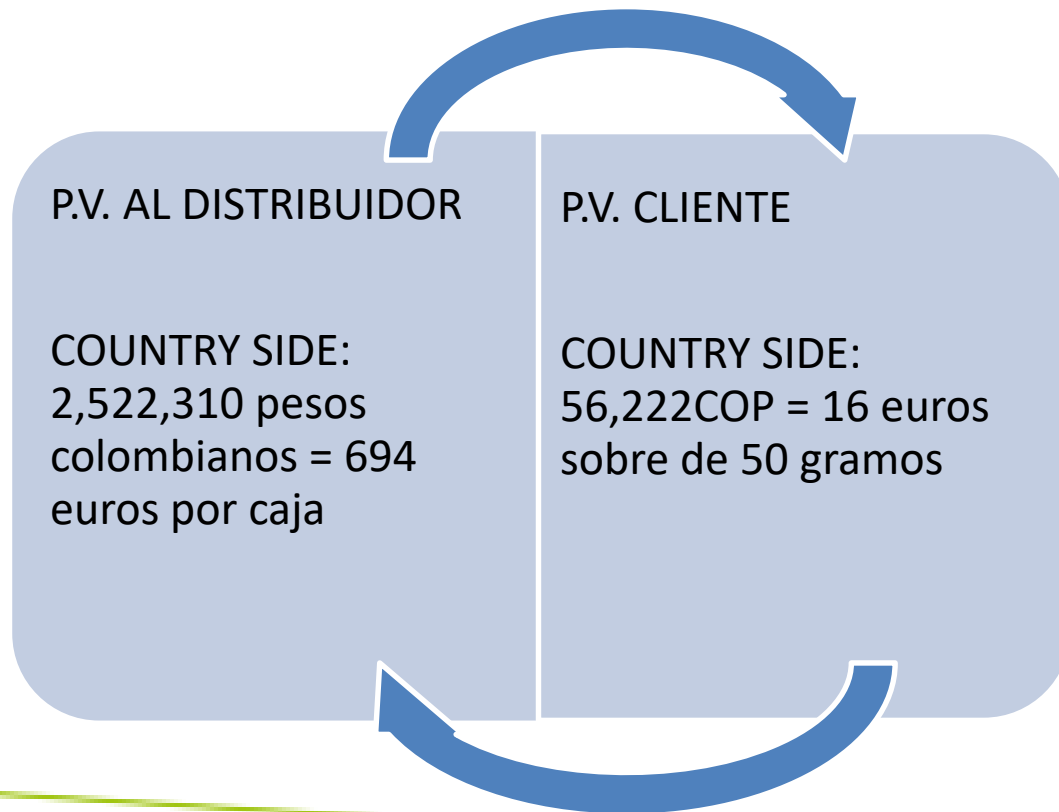
2) Colombia y Holanda: Puerto Cartagena → Puerto Rotterdam.

3) Holanda: Puerto de Rotterdam → Ciudad Rotterdam, Y para el tramo final en

Holanda se utilizará transporte terrestre hasta llegar al punto acordado, listo y apto para el consumo humano.

MARKETING MIX: PRECIO

La estrategia a usar será la de diferenciarse de los competidores con precios inferiores la idea principal de ésta estrategia es la de estimular la demanda de los segmentos actuales y/o de los segmentos potenciales que son sensibles al precio y captar así mas clientes.



MARKETING MIX: PRECIO EN LOS DIFERENTES INCOTERMS

36,000 Sobres de Limón Pulverizado	EXW	FOB	CIF	DDP	PV Canal 20%
Valor por sobre	16.910	17.712	18.021	21.895	26.274
Valor por caja master	1.623.405	1.700.390	1.730.050	2.101.925	2.522.310
Valor Total de la mercancía	608.776.786	637.646.354	648.768.811	788.221.780	945.866.136

ELABORACION PROPIA

Estrategias de Mercado

Perfil del consumidor:

Hombres y Mujeres de ingresos medios y altos que tengan por costumbre consumir frutas, específicamente limón y sus derivados, en este caso su presentación pulverizada, la cual es muy práctica y no disminuye sus nutrientes y beneficios. Además que aprecie la calidad e higiene de los productos agrícolas, que se preocupen por la buena alimentación, que perciba en el empaque de nuestro producto calidad, higiene, durabilidad y practicidad, que frecuentemente compren derivados de las frutas; en los supermercados y mayoristas de Holanda.

Segmentos: (segmentación demográfica)

- Familias con ingresos normales
- Jóvenes de cultura fitness.
- Independientes
- Tiendas especializadas (población adulta con mayor poder adquisitivo)

Matriz de costos

MATRIZ DE COSTEO DE LA DFI	TRANSPORTE INTERNACIONAL MARITIMO		
	PUERTO DE CARTAGENA		
	CARGA SUELTA		
COSTOS DE EXPORTACION	Costo total COP	Costo Total EUR	TIEMPO (DÍAS)
COSTO PRODUCCION	504.000.000,0	138.575,75	0,00
COSTO MAS GANANCIA	604.800.000,0	166.290,90	0,00
Costos Directos			
EMPAQUE	1.312.500,0	360,87	1,00
ETIQUETADO	1.687.568,0	464,00	2,0
MANIPULEO LOCAL	300.000,0	82,49	0,50
DOCUMENTOS	120.000,0	32,99	2,00
Certificadas	556.718,0	153,07	-
VALOR EXW	608.776.786,0	167.384,32	
TRANSPORTE INTERNO	2.226.961,0	612,31	1,0
SEGURO INTERNO	1.217.553,6	334,77	2,0
ALMACENAMIENTO INTERMEDIO	28.000,0	7,70	
MANIOBBRA	0,0	0,00	0,5
INSPECCION	200.000,0	54,99	0,5
BANCARIO	150.000,0	41,24	0,2
AGENTES	24.943.053,08	6.858,14	
VALOR FAS	637.542.353,7	175.293,47	
CARGUE A BUQUE	104.000,0	28,59	0,20
VALOR : FOB	637.646.353,7	175.322,07	
TRANSPORTE INTERNACIONAL	4.699.004,0	1.292,00	22,00
VALOR CFR	642.345.357,7	176.614,07	
SEGURO INTERNACIONAL	6.423.453,6	1.766,14	
VALOR CIF	648.768.811,2	178.380,21	
GASTOS PORTUARIOS DESTINO	1.091.100,00	300,00	2
VALOR DAT	649.859.911,23	178.680,21	

TRANSPORTE EN DESTINO	1.840.500,00	506,05	1
VALOR DAP	651.700.411,23	179.186,26	
IVA 21%	136.241.450,36	37.459,84	
VALOR DDP	788.221.779,59	216.723,06	
COSTOS ADMINISTRATIVOS			
Handling Fee	128.168,00	35,24	
Import Service	151.750,00	41,72	
MARGEN DEL CANAL 20%	157.644.355,92	43.344,61	
PV DEL CANAL	945.866.135,50	260.067,68	34,90
Costo/caja	2.522.309,69	693,51	
Costo/Por Sobre	26.274,06	7,22	

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

- El producto seleccionado para la exportación es el limón pulverizado en sobres de 500gr correspondiente a la partida arancelaria 08.05.50.21.00 los cuales serán exportados en cajas de 6,2 kilogramos hacia Holanda, específicamente a Rotterdam vía marítima Puerto. de Cartagena- Puerto. de Rotterdam en contenedores de 40 pies dry Estandar.
- Precio de venta x caja master de DDP Rotterdam = 2.522.309 COP – 693,51 EUROS y su precio de venta por sobre es de = 21.895 COP- 7,22 EUROS.
- La promoción se realizará a través del voz a voz, programas de atracción, Brochure y asociaciones para hacer campañas publicitarias a través de los medios de comunicación para estimular el consumo del Limón Pulverizado.
- Estrategia de precio se propuso es orientada a la competencia llegando al mercado con un precio un poco por debajo al de la competencia será P.V.C así 10 a 12 Euros por kg, comparándolo con productos sustitutos como el té . En el caso de los clientes y canales de distribución serán los distribuidores mayoristas y los supermercados Rotterdam como lo son: Albert heijn, C1000, Jumbo, Dirk van den Broek, Lidl,

RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

- Mantener la trazabilidad y calidad en el producto y servicio al igual que establecer desde buenas relaciones comerciales tanto con proveedores como con clientes y consumidores.
- Se recomienda además trabajar con el término de negociación DDP o CIF para asegurarle la trazabilidad y de que el producto llegará en perfectas condiciones a sus bodegas del cliente.
- Impulsar la cooperación institucional para la internacionalización como por ejemplo cooperación y apoyo Asohofrucol.
- Es sumamente importante aplicar las estrategias de marketing internacional con el fin de obtener la imagen que busca de su actividad empresarial y contribuir al posicionamiento en el mercado ante sus compradores, usuarios, competidores o clientes.
- Por último, se recomienda aprovechar las oportunidades que brinda Holanda, se determinó que es muy rentable ingresar en este mercado ya que el precio de venta al consumidor es muy alto en comparación a los costos que incurre la empresa y el margen de ganancia es de aproximadamente el 70 a 90 % con un precio por debajo del precio promedio de la competencia.

INFORME DE GESTIÓN

Funciones	Acciones específicas desarrolladas	Tiempo de ejecución	Impactos
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar en la formulación y evaluación de proyectos para el desarrollo económico y productivo del municipio. • Revisar las declaraciones de industria y comercio bajo la supervisión del contador. • Cruce de información exógena suministrada por la Dian con la base de datos del Municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formule Campaña de sensibilización ciudadana sobre impuestos. • Realice acuerdos de pago. • Revise declaraciones de industria y comercio. • Cruce información exógena con la base de datos de la alcaldía. • Apoye en el proceso de fiscalización de empresas. • Realice junto a mi compañera una campaña para la recuperación del espacio publico 	<p>3 semanas</p> <p>2 semanas 5 meses</p> <p>2 meses</p> <p>4 meses 3 meses</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se logro que la comunidad de vendedores Informales cumplieran con los estándares de sanidad. • En el proceso de fiscalización se lograron recuperar mas de 600 millones de pesos. • Se actualizaron las bases de datos del área de industria y comercio.

LOGROS ALCANZADOS

Objetivos y logros alcanzados	Medida en que se cumplió	Justificación
Adaptación a la empresa	90%	Durante los meses de practica realicé diferentes tareas, logrando interactuar con las diferentes áreas de la alcaldía .
Cumplimiento de tareas	100%	Las tareas para las cuales se me contrato se cumplieron, como prueba están los informes mensuales de actividades los cuales, aprueba el jefe .
Relación con los clientes	100%	No tuve casi ningún encuentro con clientes como tal, pero en las actividades relacionadas con atención al publico tuve un buen desempeño.
Relaciones laborales	100%	En la oficina trabaje con 12 personas, y en el tiempo de practicas no tuve ningún percance, e hice un buen trabajo con la contadora.

Impactos percibidos por el estudiante.

Académico: Me apornto nuevos conocimientos, específicamente en leyes, contaduría, y contacto directo con el publico.

Laboral: La experiencia laboral en el sector publico es muy interesante, se aprende del manejo interno , del contacto con el publico y de lo delicado que son la mayoría de temas porque afectan de manera directa a los ciudadanos. A mi parecer es una experiencia laboral que se debe vivir.

Limitaciones

Regirse del ambiente en el que se trabaja las entidades publicas.

CONCLUSIONES DE LA PRÁCTICA

En términos generales, me sentí a gusto, aprendí cosas diferentes a lo que había visto en la universidad, pero que de alguna forma estaba arraigado al mundo de los negocios.

RECOMENDACIONES DE LA PRÁCTICA

Mi recomendación es apoyar e impulsar para que las practicas se realicen en entidades publicas, debido a que es una experiencia de aprendizaje muy interesante.

FUENTES DE INFORMACION

- Ardoldo Arana . (2009). Internacionalización de empresas.
- Asohofrucol. (s.f.). ASOHOFRUCOL. (s.f.). Informe hortofrutícola . Atalaya, A. E. (1997). Principios de Marketing. Esic Editorial.
- CBI. (s.f.). <https://www.cbi.eu/>.
- CENIPAC. (2018). Cámara de comercio de Cenipac.
- Ceres. (s.f.). Ceres. Certification of enviromental standars gmbh. citricos, C. n. (2018).
- Eastman, N. G. (s.f.). Exploración de mercados internacionales para la lima. Europea, C. (MARZO de 2018). Partida arancelaria en la EU. exportación, D. d. (s.f.). ICA. (s.f.).
- Admisibilidad. Lazo Quiñonez, J. G. (2002). Diseño de un plan de exportación de productos no tradicionales a Europa vía aérea, caso específico plantas ornamentales follajes. Universidad Rafael Landibar. Tesis. .
- Legiscomex. (s.f.). Cultura de negocios de Holanda. libre, M. (s.f.).
- Mercado libre. PROCOLOMBIA. (s.f.). Como exportar a Holanda.
- RATES, S. (s.f.). SEA RATES. Roque Pavón, A. y. (1996). Cómo exportar.
- TRADE MAP . (2017). Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas

GRACIAS



unab

Universidad Autónoma de Bucaramanga

de puertas abiertas

VIGILADA MINEDUCACIÓN