



+

Plan de mejoramiento para el diseño de un estudio preliminar para la diversificación de productos para la empresa EMAG S.A.S.

Adriana José Callejas Ferradanez

Código: 207020135825

Universidad Antonio Nariño

Facultad de ciencias económicas y administrativas

programa de comercio internacional

Santa Marta D.T.C.H.

2023



Plan de mejoramiento para el diseño de un estudio preliminar para la diversificación de productos para la empresa EMAG S.A.S.

Adriana José Callejas Ferradanez

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de: Profesional en Comercio Internacional

Director:

Mg. Luis Alberto Sánchez García.

Asesora:

Lourdes María Ospino Núñez, PhD.

Línea de Investigación:

Crecimiento y Desarrollo económico

Universidad Antonio Nariño

Facultad de ciencias económicas y administrativas

programa de comercio internacional

Santa Marta D.T.C.H.

2023

Dedicatoria

Le dedico con mi alma y corazón este trabajo a mis padres, ya que han sido el pilar de mi vida guiándome por el camino correcto recalcándome que el esfuerzo y la disciplina son los principios fundamentales para el éxito.

A mi abuela que ha sido el claro ejemplo de una persona amorosa y paciente, ella es la que motiva a seguir adelante y espero que este en todos los momentos más importantes de mi vida como lo es ahora este gran paso al inicio de mi vida profesional.

También a mis amigos, compañeros y todas las personas que en su momento estuvieron en mi vida aportando un granito de arena para hacer esto posible y convirtiendo mis días en momentos felices e inolvidables.

En el momento en que dejes de aceptar los desafíos, será el momento en que tu vida termine.

(Netero,HxH; 2011)

Agradecimientos

Quiero darle gracias primeramente a Dios todo poderoso por regalarme la vida y ser esa fortaleza espiritual en momentos de debilidad y decadencia.

Le doy gracias a todos mis profesores por compartir sus conocimientos y formarme como profesional durante estos años, muchas gracias de todo corazón ya que gracias a su ayuda me fue posible realizar este trabajo y llegar hasta aquí.

Por último, quiero darle las gracias de todo corazón a una persona muy importante en mi vida y en mi proceso académico, que por cuestiones de la vida ya no está a mi lado, pero siempre estará en mi corazón, ya que fue una pieza fundamental para que todo esto sea posible; Muchas gracias a todos.



Tabla de Contenido

1. Resumen ejecutivo de la propuesta.....	8
Abstract.....	9
2. Introducción.....	10
3. Justificación.....	12
4. Planteamiento del problema.....	14
5. Antecedentes de la organización.....	15
6. Objetivos.....	20
6.1 Objetivo general.....	20
6.2 Objetivos específicos.....	20
7. Descripción de actividades desempeñadas.....	21
7.1 Plan de acción para realización de las pasantías.....	21
8. Logros de la pasantía.....	25
8.1 Cumplimiento del primer objetivo.....	26
8.2 Cumplimiento del segundo objetivo.....	27
8.3 Cumplimiento del tercer objetivo.....	30
9. Plan operativo.....	32
10. Conclusiones y logros.....	34
10. Bibliografía citada.....	36
ANEXOS.....	38

Índice de tablas

Tabla 1. Descripción del Cargo	21
Tabla 2. Matriz de Ansoff de EMAG S.A.S	29
Tabla 3. Matriz DOFA	32
Tabla 4. Plan de Acción	32



Índice de Figuras.

Figura 1. Logo de la empresa	17
Figura 2. Ubicación empresa EMAG S.A.S	18
Figura 3. Instalaciones	19
Figura 4. Puesto de trabajo.....	23
Figura 5. Visita académica.....	23
Figura 6. Presentacion realizada sobre los productos comestibles	31



1. Resumen ejecutivo de la propuesta

El presente estudio tiene como finalidad proponer un plan de mejoramiento como resultado de las distintas actividades y plan de acción aplicado a la empresa EMAG S.A.S durante las practicas empresarial como estudiante de comercio internacional, con el fin de establecer un estudio de mercado el cual permita el mejoramiento, diversificación de sus productos para la expansión de la empresa EMAG S.A.S en los mercados nacionales e internacionales, implementando diferentes estrategias y observaciones pertinentes para lograr el fortalecimiento económico, aprovechando las ventajas y beneficios que otorga el incursionar en el comercio internacional.

Es por ello por lo que se pretende implementar las herramientas adecuadas que permitan identificar oportunidades para una mejor participación en el mercado y que EMAG S.A.S pueda ser reconocido a través de diferentes sectores comerciales. Para ello, es importante identificar las problemáticas y limitantes que han impedido la expansión comercial a nivel nacional; De igual manera aprovechar los productos que ya se comercializan como lo es el ácido graso y la oleína para obtener productos derivados de ellos y así ampliar el portafolio de venta.

Por lo tanto, un aumento en la diversificación de productos en el portafolio de la compañía EMAG S.A.S, y para expandirse en los mercados nacionales por medio de estrategias de fortalecimiento comercial, lo cual tendría un efecto directo y positivo en su competitividad. Finalmente se pretende identificar grupos de productos con potencial para la actividad comercial en el Magdalena y la competitividad mediante el análisis del comportamiento de la demanda nacional por departamentos y la acogida que estos han tenido durante los últimos años.

Palabras claves: Diversificación de productos, expansión económica, mercados internacionales.



Abstract

The purpose of this study is to propose an improvement plan as a result of the different activities and action plan applied to the company EMAG S.A.S. during the business practices as a student of international trade, in order to establish a market study which allows the improvement, diversification of its products for the expansion of the company EMAG S.A.S. in national and international markets, implementing different strategies and relevant observations to achieve economic strengthening, taking advantage of the advantages and benefits of venturing into international trade.

That is why it is intended to implement the appropriate tools to identify opportunities for a better participation in the market and that EMAG S.A.S. can be recognized through different commercial sectors. For this, it is important to identify the problems and limitations that have prevented the commercial expansion at a national level; in the same way, to take advantage of the products that are already commercialized such as fatty acid and olein to obtain products derived from them and thus expand the sales portfolio.

Therefore, an increase in the diversification of products in the portfolio of the company EMAG S.A.S, and to expand in the national markets through commercial strengthening strategies, which would have a direct and positive effect on its competitiveness. Finally, it is intended to identify groups of products with potential for commercial activity in Magdalena and competitiveness by analyzing the behavior of national demand by department and the reception they have had in recent years.

KEY WORDS. Product diversification, economic expansion, exports, international markets.



2. Introducción

La empresa multiservicios de la Magdalena (EMAG S.A.S) ubicada avenida del ferrocarril 29-200 edificio el mayor business center en la ciudad de Santa Marta, es una micro empresa especializada en el comercio al por mayor de productos alimenticios, específicamente en la comercialización de productos derivados de la palma como lo son los ácidos grasos y la oleína, abarcando diferentes mercados a nivel nacional.

En el transcurso de la realización de las prácticas profesionales realizadas en la empresa EMAG S.A.S, la cual es una pequeña empresa que busca el crecimiento y expansión comercial no solo a nivel nacional, sino también a nivel internacional se desarrollará una propuesta como plan de mejoramiento en la cual se establecerá un informe como trabajo de grado, realizando diferentes actividades en conjunto de una serie de acciones y herramientas que permitirán establecer cuál es el estado actual de la empresa como lo es una matriz DOFA que nos dictara una valoración exacta para aplicar las acciones pertinentes para obtener los resultados esperados.

Durante el desarrollo del plan de mejoramiento en la pasantía como estudiante de comercio internacional, se contribuyó a la expansión comercial de la empresa EMAG S.A.S lo cual representa un crecimiento significativo a nivel organizacional y financiero; Al identificar los productos fuertes y altamente competitivos frente a la demanda comercial en los mercados nacionales, ya sea que estos no estén relacionados con el producto o comercialización principal de la empresa, la diversificación empresarial de EMAG S.A.S podrá emerger y expandirse a otros



sectores del mercado nacional. Estos son los beneficios que podrá obtener la empresa a la hora de diversificar sus productos, incluyendo también mayores posibilidades de desarrollo económico y empresarial, mayores ganancias fortaleciendo así el sistema financiero, por otro lado, se podrá alcanzar la inmunidad en los factores y ciclos económicos de su producto principal, resistiendo la competencia del entorno y menor riesgo de dependencia de un solo producto.

Con todo lo establecido anteriormente, permitió que esta práctica profesional contribuyera al crecimiento profesional y al desarrollo de las habilidades como estudiante de comercio internacional, tener un acercamiento al entorno laboral enfrentando cada día las distintas problemáticas presentadas y dándole solución al momento para poder adecuarse a los diferentes comportamientos del mundo laboral, fortaleciendo la formación profesional propiciando la aplicación de las competencias teóricas aprendidas a lo largo de la carrera. Al mismo tiempo facilita el pasaje de la vida estudiantil a la vida laboral disminuyendo el impacto a esta nueva experiencia. Por otro lado, aumenta las posibilidades de obtener relaciones exteriores y conocer a profesionales de los distintos campos que podrán ser de gran ayuda en el futuro.



3. Justificación

Como estudiante en prácticas de Comercio Internacional de la Universidad Antonio Nariño, el realizar las pasantías profesionales en la empresa EMAG S.A.S se contribuyó en la complementación para la formación académica y profesional, otorgando la oportunidad de poner en práctica lo entendido durante el proceso académico, de esta manera adquirir un primer contacto con la vida de un trabajador y comprender de primera mano lo que se vive en el entorno laboral, afianzando así la formación académica y profesional.

Por otro lado, aporta significativamente a la hora de complementar lo aprendido en teoría con la experiencia práctica y afianzando las destrezas en el cargo asignado, Proporcionando la Continuidad al proceso de aprendizaje, identificando las problemáticas en el campo laboral y desarrollar las habilidades adquiridas.

Desde el ámbito académico e implementando las diferentes temáticas desarrolladas a lo largo de la carrera en temas relacionados al estudio de mercado, microeconomía, mercadeo internacional y marketing, se pretende aplicar todas estas diferentes técnicas para así implementar estrategias especializadas, con el fin de introducir nuevos productos potencialmente comerciales en los mercados nacionales y que estos estén relacionados al aceite de palma o productos provenientes de sus derivados.

Así mismo, se concede a la empresa una visión y opinión diferente desde el punto de vista como estudiante sobre la organización empresarial actual y atribuyendo información de manera más actualizada a los movimientos globales regidos actualmente, convirtiéndose en una empresa



impulsadora del futuro profesional de un estudiante y brindando la oportunidad de emplear a futuros profesionales.

A sí mismo, La Universidad Antonio Nariño (Sede Santa Marta) se beneficiará de la interacción de sus estudiantes con el mundo real y el trabajo, lo que ayuda a que se formen en campos que son de suma importancia para la vida y el futuro del país. Por otro lado, se obtiene una mayor motivación de sus estudiantes y una mejor adaptación de los egresados para su inserción en el mercado laboral. Adicionalmente, el seguimiento del progreso del aprendizaje en la empresa y la documentación de los cambios tecnológicos u organizacionales que se produzcan, le permitirá incrementar su popularidad entre la sociedad.

Finalmente se aportará al desarrollo de las líneas de investigación de la Universidad Antonio Nariño, específicamente a la de Crecimiento y desarrollo económico.



4. Planteamiento del problema

En la actualidad, el comportamiento de los mercados es de constante cambios es por ellos que las empresas deben estar al tanto de las nuevas necesidades y exigencias de los consumidores; el implementar nuevos productos y que es su efecto sean innovadores es un plus para la distinción de la empresa y la calidad de su servicio. por otra parte, el uso de nuevas estrategias para potencializar la empresa frente nuevos competidores.

La empresa EMAG S.A.S es una microempresa relativamente joven y a pesar de que ha tenido una acogida positiva en el mercado local, cuenta con limitantes para su expansión en el mercado ya que actualmente sus ingresos dependen de las ventas de solamente dos productos, los cuales son derivados de la palma, (ácidos grasos y oleína), lo cual podrá dificultarle el posicionarse en el mercado nacional perjudicando así su desempeño frente a las empresas competidoras y el ingreso a los mercados internacionales, la diversificación de productos dentro del portafolio comercial de la empresa es de suma importancia para asegurar la sostenibilidad económica de la empresa en la actualidad e incluso en el futuro.

Con lo establecido anteriormente, ¿Qué estrategias de diversificación de productos se deberá establecer para la expansión económica de la empresa EMAG S.A.S otorgándole el impulso para convertirse en una empresa competitiva y eficaz en el cumplimiento de la demanda nacional e internacional?

5. Antecedentes de la organización



La empresa multiservicios del Magdalena con las siglas EMAG S.A.S con Nit.901512902-4, ubicada en la Av. del ferrocarril no. 29 - 200 Edificio el mayor business center, oficina 408 en la ciudad Santa Marta; esta empresa fue constituida como sociedad por acciones simplificada y se dedica a Comercio al por mayor de productos alimenticios principalmente a la comercialización del aceite de palma y sus derivados. (EMAG S.A.S; 2021)

Misión

Garantizar un servicio de calidad, oportuno y transparente con la finalidad de maximizar las operaciones administrativas, técnicas y operacionales a los más altos niveles y estándares empresariales, con miras a sedimentar la compañía comercialmente y así obtener bases sólidas en el mercado nacional e internacional.

Por otro lado, implementar nuevas estrategias mercantiles con el objetivo de diversificar los servicios que presta EMAG S.A.S, en la actualidad y simultáneamente servir como una empresa amiga que siempre está dispuesta a suplir las necesidades de nuestros clientes. Al igual



contribuir al crecimiento del comercio local y nacional, dejando huellas de prosperidad en cada una de las personas y familias que acompañe esta hermosa labor.

Visión

Ser una empresa consolidada en el mercado nacional y extranjero, con propósitos de continuidad a lo largo del tiempo y con la articulación indispensable de nuestro valioso equipo de trabajo, que EMAG S.A.S sea un resorte que impulse al desarrollo e implementación de nuevas oportunidades a las personas que quieran salir adelante, y así diversificar su naturaleza comercial creando cada día nuevos emprendimientos en áreas de seguir avanzando y con ello generando nuevas oportunidades de empleo en todo el territorio colombiano.

Objetivos

- Demarcar el tiempo bajo el cumplimiento de unas metas y con ello evolucionar el dentro de todos los ámbitos comerciales y administrativos que amerite el momento según el crecimiento obtenido.
- Fortalecer los cimientos para seguir creciendo, hoy por hoy contamos con una planta de personal amplia que fortalece nuestras operaciones comerciales y que, sin lugar a dudas, son la base fundamental para entregar un servicio de calidad.
- Alcanzar la auto sostenibilidad en la adquisición de productos propios provenientes de la palma y concomitantemente aquellos que se necesiten en virtud de las necesidades que ofrezca el mercado nacional e internacional.

- Mantener la estructuración de EMAG S.A.S bajo la solidez de una empresa que exista por



muchos años, dejando como legado que, “ insistir, persistir y nunca desistir son las bases de la frase, si puedes soñarlo puedes lograrlo”.

Figura 1. Logo de la empresa

Fuente: EMAG S.A.S; 2021

EMPRESA MULTISERVICIOS DEL MAGDALENA S.A.S

Tabla 1. Lista de proveedores y Clientes de EMAG S.A.S

PROVEEDOR	CLIENTES
SUPRACEITES	SILICAR SAS
COPRAMAG SAS	MONARCA
ACEGRAN SA	LA JIRAFÁ
FAYTEX SAS	INDUTRADE
ANKOZ	COMPANIA MUNDIAL DE COMERCIO
COMERCIALIZADORA PALMA	SUPRACEITE
CARIBE SAS	ADOLFO GOMEZ FERNANDEZ SAS
COMERCIALIZADORA PALMA PAZ SAS	AGROCOMODITIES SAS
COMESTIBLE SAS	
TEQUENDAMA	
CI JAZ TRADING	
GETSEMANI	
CI NEON	
OLEOFLORES SAS	
INVERTRANS GYM ZOMAC SAS	

Fuente: EMGAG SAS; 2023

Ciudades en los cuales opera

- Santiago de Cali, Valle del Cauca
- Barranquilla / Atlántico
- Aracataca/ Magdalena
- Santa Marta / Magdalena
- Cúcuta/ Norte de Santander
- Valledupar/ Cesar
- María la baja/ Bolívar
- Envigado / Medellín
- La jagua de Ibérico/ Cesar
- Cali/ Valle del Cauca

Figura 2. Ubicación empresa EMAG S.A.S



Fuente: Google maps;2022

Figura 3. Instalaciones



Fuente: EMAG S.A.S; 2023



6. Objetivos

6.1 Objetivo general

Realizar un estudio preliminar para la implementación de diferentes estrategias para la expansión comercial y diversificación de productos de una empresa EMAG S.A.S de esta manera aumentar su presencia en el mercado y su rentabilidad, aprovechando nuevas oportunidades de negocio y ampliando su portafolio de productos.

6.2 Objetivos específicos

- Identificar los subproductos derivados del aceite de palma, el crecimiento de cada uno de ellos, así como sus principales mercados, con el fin de establecer los productos potencialmente comerciables y aplicables al portafolio comercial de la empresa.
- Implementar estrategias de diversificación adecuadas, que permita la expansión comercial de la empresa EMAG S.A.S.
- Establecer un nuevo portafolio comercial ofreciendo una amplia gama de productos para lograr la retención de nuevos clientes y obtener oportunidades de expansión en los mercados locales, regionales o internacionales.

7. Descripción de actividades desempeñadas

Tabla 1. Descripción del Cargo

Identificación del cargo	
Empresa	EMAG S.A. S
Área	Comercial
Departamento	Administrativos
Título del cargo	Asistente Comercial y administrativo
Título del cargo al que reporta	

Fuente: Propias del autor; 2023

7.1 Plan de acción para realización de las pasantías.

- Plan de mejoramiento dirigido a estudio de viabilidad para la expansión nacional e internacional de la empresa por medio de la diversificación de productos.
- Reducir los riesgos financieros diversificando el portafolio de productos teniendo en cuenta las tendencias y cambios de comportamiento de los consumidores nacionales.
- Trazabilidad de los productos, clientes y proveedores.
- Análisis del mercado nacional e internacional.
- Apoyo y seguimiento del proceso de internacionalización de la empresa.

Las propuestas del plan de difusión como estrategia para el mejoramiento, son las siguientes:

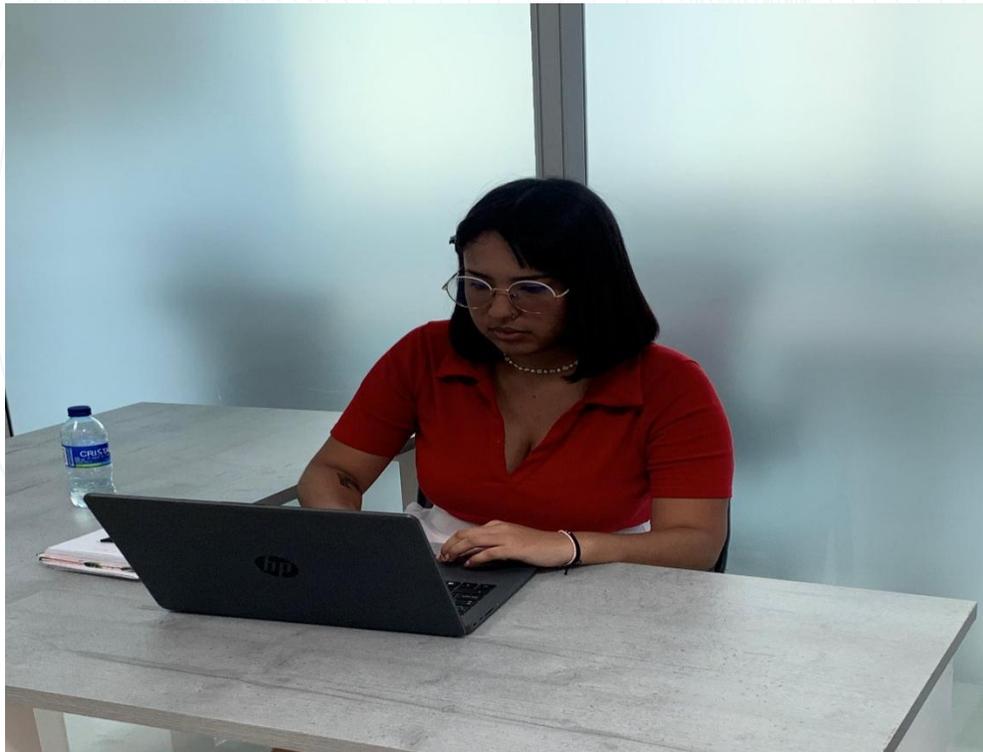
Estrategia de diversificación relacionada u horizontal; Esta es una de las maneras más sencillas de ingresar a los mercados internacionales, el cual se enfoca en que la empresa haga lanzamiento de un producto o servicio en el cual ya esté relacionado a su actividad principal. Lo esencial de esta estrategia es que exista una compatibilidad entre los productos nuevos y los antiguos.

Identificar el mercado objetivo y los nuevos productos a implementar por medio de la matriz de Ansoff y validar que el producto tenga potencial en el mercado local y nacional para tener una información más certera y establecer que productos derivados de la palma africana nos brindan los mejores beneficios, facilidad y acogida a la hora de comercializar.

Responsabilidades

- Manejar documentos y datos internos de la Empresa.
- Clasificación, registro y archivo de documentos para las operaciones del día a día de la empresa.
- Gestionar los procesos administrativos comerciales relacionados con los asuntos comerciales de la empresa.
- Llevar a cabo la administración de procesos comerciales, realizando tareas de documentación sobre la documentación e información de las negociaciones con los proveedores, así como propuestas y relación con clientes.

Figura 4. Puesto de trabajo



Fuente: Propias del autor; 2023

Figura 5. Visita académica





Fuente: Propias del Autor; 2023

8. Logros de la pasantía

Realizando las observaciones pertinentes para el mejoramiento y crecimiento de la empresa EMAG S.A.S se estableció la implementación de diferentes estrategias para la diversificación del portafolio comercial lograr la expansión económica (Suarez, 2020).

Brindar nuevos productos a sus clientes y recorrer los diferentes mercados a nivel nacional. Todo esto mencionado anteriormente se expuso al jefe inmediato por medio de presentaciones en reuniones para así conocer las necesidades que se encuentran actualmente y cual es resultado que se quiere obtener a través de diferentes estrategias.

Al tener unos objetivos fijados, y teniendo en cuenta la información obtenida por medio de la matriz DOFA, se procede a identificar las diferentes estrategias que se implementan a nivel empresarial para la diversificación de productos; muchas veces en los negocios se implementan estas estrategias cuando se pueden explotar ciertas similitudes en los procesos o recursos utilizados ya utilizados en la empresa lo cual es un plus para la facilitación de la introducción de estos nuevos productos, Estas podrían ser las similitud de los mercados, las tecnologías incorporadas, los canales de distribución utilizados y cualquier otro recurso que los ayude a complementarse.

Es decir, la relación puede darse a nivel de producción, consumo o comercialización. Esto permite que las empresas sean más eficientes cuando se diversifican, para esto se desarrolló una matriz de Ansoff y como guía para cumplir los objetivos diferentes el análisis e implementación de las diferentes estrategias de diversificación empresarial o mercados que se estarán mencionando cada una de ellas más adelante.

El aprovechar nuevas oportunidades de mercado e implementar diferentes estrategias para la diversificación de productos puede permitir que una empresa pueda aprovechar nuevas oportunidades de mercado llegando a obtener una base más amplia de consumidores y aprovechar nuevas oportunidades de mercado. Es de suma importancia reconocer que, al diversificar la oferta de productos, una empresa puede reducir su dependencia de un solo producto, esto puede ayudar a reducir los riesgos asociados con los cambios en la demanda del mercado y la competencia.

8.1 Cumplimiento del primer objetivo

Se pudo identificar que de la extracción del aceite de palma obtienen dos productos, la oleína de palma y estearina de palma; El primero es líquido cuando el ambiente es bastante cálido o hace calor también, la cual se puede combinar con cualquier aceite vegetal. La otra fracción extraída es la más fuerte, se utiliza para producir grasas, principalmente margarina y jabón.

“El aceite de palma es rojo porque contiene una gran cantidad de carotenoides (vitamina A), 17 veces más que las zanahorias en peso. Esto lo convierte en una de las fuentes naturales más ricas de estos importantes elementos y, por lo tanto, en una excelente alternativa para abordar la deficiencia de vitamina A en muchos países en desarrollo. Tocoferoles y tocotrienoles, agentes anticancerígenos y antitrombóticos también son componentes de este aceite.”. (Productos y usos | Fedepalma, s. f.-b)

Unas de las Características primordiales lo cual lo hace único y bastante llamativo a diferencia de otros aceites comestibles, es que su balance es impecable entre grasas saturadas e

insaturadas. Contiene niveles excepcionalmente altos de antioxidantes, como también ingredientes que previenen el cáncer y ayudan a bajar el colesterol malo.

“Las propiedades de las distintas partes del aceite de palma explican su versatilidad, así como su variedad y cantidad. En cuanto a los usos alimentarios, también se describe su uso en aceites líquidos de fritura y sucedáneos de grasas del ácido láctico, además gracias a su alto contenido en grasas sólidas no hidrogenadas, la estearina de palma se utiliza en la elaboración de margarinas. Describe el uso de estos aceites crudos y procesados como materia prima en la industria oleo-química, ya que por su alta biodegradabilidad son ideales para la fabricación de tensos activos, lubricantes, combustibles (especialmente diesel), detergentes, productos fitosanitarios, Producto ideal para jabones, cosméticos y velas. Además, se mencionan algunos usos de los subproductos del proceso de extracción del aceite de palma, como el uso de tortas de palmiste como alimento para animales, el uso de racimos vacíos y aguas residuales como fertilizante, el uso de hojas para la fabricación de papel y el uso de troncos como madera para la fabricación de muebles”. (Garcés P., I. C., & Cuéllar S., M. C.; 1997)

8.2 Cumplimiento del segundo objetivo

Se estableció de manera precisa los productos potenciales para la comercialización en mercado nacional y que puedan hacer parte de del portafolio de productos de la empresa EMAG



S.A.S, para ello se realizó las investigaciones pertinentes implementando diferentes estrategias para la expansión y rebasar los límites del segmento ya obtenido (Coutinho, 2021).

Las estrategias que se utilizó para el análisis e implementación en el plan de mejoramiento fue la estrategia de diversificación relacionada u horizontal ya que es la adecuada para la empresa debido a que nos permite introducir productos vinculados con la actividad principal de la empresa. (Torreblanca, s. f.). Por otro lado, también se realizará una matriz de Ansoff lo cual nos permitirá observar más a detalle las acciones que se deben tomar para enfrentar el ingreso de nuevos productos a la empresa y también a los distintos mercados nacionales.

La Matriz de Ansoff (Matriz Producto/Mercado o Vector de Crecimiento). La matriz de Ansoff es una herramienta útil para las empresas que buscan identificar opciones de crecimiento y diversificación de productos en el mercado de manera estratégica. Al analizar cada una de las categorías implementadas es esta matriz, se puede determinar la mejor opción para el crecimiento de la empresa y crear un plan de acción para lograr el objetivo establecido.

“La matriz esencialmente muestra el riesgo de una estrategia particular lo cual expondrá que entre más gente mueva a un nuevo cuadrante (nivel o Vertical) "riesgo va aumentando. Desde una perspectiva empresarial" Se adhiere a lo que ya se tiene y es una opción de bajo costo en el mercado actual ya que se conocen los riesgos, cómo funciona el producto y hay pocas sorpresas sobre el comportamiento del mercado. Sin embargo, se está expuesto a un nuevo riesgo ya sea al ingresar a un nuevo Comercio de productos existentes o desarrollar nuevos productos mercado que ya existe.”. (Ansoff, Igor; 1957.)

Tabla 2. Matriz de Ansoff de EMAG S.A.S

		PRODUCTOS	
		ACTUALES Penetración de mercado	NUEVOS Desarrollo de productos
MERCADOS	ACTUALES	Ácidos grasos oleína	Margarinas de mesa Aceite para freír
	NUEVOS	Desarrollo de mercados Ácido esteárico	Diversificación Biodiesel Aceite de palma epoxidado

Fuente: Propias del Autor; con información de la empresa EMAG 2023

La Estrategia de diversificación relacionada u horizontal es unas de las maneras más fácil de ingresar a un nuevo debido a que la empresa implementa un producto relacionado con su actividad principal en este caso para la empresa EMAG S.A.S. puede establecer productos sus derivados de los derivados del aceite de palma, los cuales ya se han mencionado anteriormente. La particularidad de esta estrategia es que debe existir cierta compatibilidad entre los productos antiguos y los nuevos. Es decir, que las sinergias entre diferentes productos a menudo se aprovechan utilizando los mismos recursos utilizados anteriormente.



8.3 Cumplimiento del tercer objetivo

Se llevo a cabo reuniones con el representante legal y el socio durante el proceso de la ejecución del plan de mejoramiento en la empresa EMAG S.AS. para implementar todo lo pertinente a para la diversificación de productos, se realizó el análisis de los posibles productos a implementar teniendo en cuenta el listado de subderivados de la palma, publicados por la federación FEDEPALMA.

Para lograr la retención de clientes es importante ofrecer una amplia gama de productos y un servicio de calidad, de esta forma permitirá convertirse en una empresa altamente competitiva frente a otros mercados, es por ello la importancia de establecer estrategias que nos permita conseguir esa fuerte relación con los clientes y conseguir su fidelización, ya que los clientes son el pilar que permiten sostener una buena rentabilidad empresarial.

Figura 6. Presentación realizada sobre los productos comestibles subderivados del

aceite de palma.

Productos comestibles que se puede realizar

- Aceite para freír.
- Margarinas para panadería y repostería.
- Margarinas de mesa.
- Mantecas industriales.
- Patillaje.
- Confitería.
- Galletería.
- Helados.
- Crema para café.
- Salsas y aderezos.
- Emulsificantes. (Los emulsionantes son aditivos alimentarios utilizados para ayudar a mezclar dos sustancias que normalmente se separan cuando se combinan)
- Vanaspati. (Aceite de origen vegetal muy empleado hoy en día en la cocina india y cocina paquistaní de apariencia semisólida, en la India se elabora este aceite con el aceite de palma. El vanaspati es muy utilizado en la fritura de los alimentos.)
- Mayonesas.
- Sustituto de la manteca de cacao.
- Sustituto de la grasa de la leche.
- Mantequilla de maní.
- Alimento directo para animales.
- Concentrados para animales.

Fuente: Fedepalma; 2020

Figura 7. Presentación realizada sobre los productos no comestibles subderivados del

aceite de palma.

- Biodiésel
- Jabones de uso doméstico y detergentes
- Barro de perforación
- Aceite de palma epoxidado, útil como plastificante y esterilizador en la industria plástica, en especial para el PVC
- Goma
- Velas
- Cosméticos
- Tintas para impresión
- Jabones metálicos, para la fabricación de grasas lubricantes y secadores metálicos
- Grasa para lubricar la maquinaria empleada en la producción de comestibles
- Grasa para engrasar moldes y equipos de fabricación de pan
- Grasas para la protección de tanques, tuberías o similares, que operan al descubierto
- Laminación en frío de las planchas de acero
- Láminas de estaño
- Ácidos para lubricar fibras en la industria textil.
- Combustibles

Fuente: Fedepalma; 2020; (Nota: En Colombia se produce biodiésel de aceite de palma y se mezcla con diésel para mover miles de autos y maquinaria que

utilizan motores de este tipo en el país, con el consecuente beneficio para el medio ambiente, el empleo y la mayor oferta de energía renovable. (Productos y usos | Fedepalma, s. f; 2020).

9. Plan operativo

Tabla 3. Matriz DOFA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Gran demanda de los productos derivados de la palma. • Capital disponible para la implementación y adquisición de los nuevos productos. • Excelente alcance a nivel nacional de los diferentes mercados . 	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa diversificación en el portafolio de productos. • Dependencia financiera de los ingresos por venta de solo dos productos. • Falta de acompañamiento y estructuración en el área comercial que dificultan el cambio y el mejoramiento.
	<ul style="list-style-type: none"> □ (FO 1) Contribuir a la satisfacción de la demanda del producto. □ (FO 2) Aumentar el Portafolio para enfrentar la competencia del mercado nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • (DO 1) Altos niveles de dependencia de un producto los cual se debe mejorar para la expansión de la empresa. • (DO 2) Mejorar el sistema de enfoque comercial e identificación de los nuevos mercados.
AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> • (FA1) Aprovechar los clientes fidelizados para la introducción de los nuevos productos así poder progresar y competir de una manera más eficaz. • (FA2) Aprovechar el capital para invertir en la expansión económica de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • (AD 1) Aumentar la gama de productos para que la empresa sea más competitiva. • (AD 2) Analizar la demanda nacional para tener un portafolio de productos más competitivo y así suplir las necesidades de los clientes.
	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a nuevos mercados nacionales e internacionales. • Aumento de las operaciones comerciales. • Nuevos clientes por la diversificación de productos • Crecimiento significativo de las ventas. • Desarrollo administrativo y financiero por la fuerte fuente de ingresos de la apertura comercial. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Existencias competidores con mayor experiencia en los mercados nacionales. • Alto nivel de competencia en la ciudad. • . nuevos comportamientos de los consumidores e introducción de métodos diferentes de venta. 	

Fuente: Propias del autor; 2023

Tabla 4. Plan de Acción

Cronograma de Actividades de la Pasantía																		
ACTIVIDADES/SEMANA		Febrero				Marzo				Abril				Mayo				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Reunirse con el gerente y socio para analizar y conocer todo sobre la empresa para poder iniciar planes de mejora.	█																
2	Desarrollo de la matriz FODA con el apoyo del mentor en prácticas de la empresa para diagnosticar la situación actual de la empresa en términos de comercialización.		█															
3	Reunión con el director de trabajo de grado para desarrollar un plan de mejora de las deficiencias detectadas.			█														
4	Realización de la trazabilidad de los productos, clientes y proveedores.				█													
5	Desarrollo de la matriz de Ansoff para análisis e implementación de las estrategias para la diversificación de productos y ser más certero.					█												
6	plan de mejoramiento es revisado por el supervisor inmediato						█											
7	Reunirse con el Director de Trabajo de Grado para demostrar el progreso y corregir.							█										
8	implementación del plan de mejoramiento en la empresa.								█									
	Ejecución de tres visitas por parte del director de trabajo de grado a la empresa.											█						
9	Análisis de los resultados de la implementación del plan de mejoramiento con el tutor de prácticas y el jefe inmediato de la empresa.												█					
10	Redacción del informe trabajo de grado	█						█			█				█			
11	Presentación del informe trabajo de grado																█	█

Fuente: Propias del autor; 2023



10. Conclusiones y logros

La empresa EMAG S.A.S es una microempresa que busca crecer significativamente a través de los años y así mejorar la economía en el sector de la magdalena, a pesar de ser una empresa joven, ya tiene cobertura en diferentes ciudades del país logrando abarcar segmentos del mercado colombiano.

(EMAG S.A.S; 2021) Alcanzar la auto sostenibilidad en la adquisición de productos propios provenientes de la palma y concomitantemente aquellos que se necesiten en virtud de las necesidades que ofrezca el mercado nacional e internacional, es uno de los objetivos de la empresa de tal manera que para cumplirlo en un futuro se debe implementar diferentes metodologías que permitan el sustento de lo anteriormente establecido. Por lo tanto, es haber realizado las pasantías en la empresa EMAG S.A.S permitió comprender más a fondo las temáticas aprendidas durante la etapa lectiva como estudiantes de comercio internacional, logrando establecer beneficios mutuos para el crecimiento personal de cada uno.

Es de importancia establecer que, gracias a las funciones asignadas en el cargo, así como la ejecución del plan de mejoramiento, permitió expandir el campo de visión para el mejoramiento de las falencias que imposibilitaban al crecimiento económico y desarrollo de la empresa, así observando de manera más clara se pudo establecer las estrategias pertinentes para que la empresa de ese siguiente paso al crecimiento y convirtiéndose en un ofertante altamente competitivo y capaz.



Para el desarrollo del objetivo general el cual fue realizar un estudio preliminar para la implementación de estrategias de diversificación de productos y para la expansión comercial de EMAG S.A.S ayudándola a convertirse en una empresa competitiva y eficaz en el cumplimiento de la demanda nacional e internacional, se realizó una matriz de Ansoff como medio de análisis para implementar de manera correcta las diferentes estrategias de diversificación para obtener una serie de productos altamente compatibles con la empresa y la demanda local; en la ejecución de esta propuesta se contó con el respaldo del jefe encargado de la supervisión y también del director de trabajo de grado, de esta manera se pudieron alcanzar los objetivos establecidos.

Cabe mencionar que durante la ejecución del plan de mejoramiento se enfrentó un sin número de limitaciones debido a que se estuvo trabajando sobre el tiempo para realizar todo lo relacionado plan de mejoramiento y los que se pretendía establecer, por lo cual fue pertinente establecer un plan de acción con el respectivo cronograma para poder realizar los objetivos establecidos dentro del plazo correcto. Se recomienda a los próximos pasantes ser rigurosos y objetivos, centrándose en las habilidades relevantes y que estos aprovechen los conocimientos adquiridos en las diferentes materias del programa todo esto guiado al objetivo que se pretende cumplir; esto garantizará que los pasantes sean capaces de aprovechar al máximo la experiencia y contribuir de manera efectiva a la empresa y a la comunidad estudiantil dejando como legado el estudio realizado.

Finalmente, el haber realizado y culminado las pasantías profesionales realizando un plan de mejoramiento, permitió que el estudiante creciera no solo profesionalmente sino también como persona, obteniendo experiencias y aprendizajes importantes para el desarrollo personal e incentivando para ser un futuro empresario de mucha importancia para el país.

10. Bibliografía citada

Ansoff, H. I. (1957). Strategies for diversification. Harvard business review, 35(5), 113-124

Content, R. R. (2021). ¿Qué es la Matriz Ansoff y cómo utilizarla para planificar las estrategias corporativas? Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/matriz-ansoff/>

Coutinho, V. (2021). Cómo hacer una segmentación de mercados paso a paso. Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/una-segmentacion-mercados/>

Empresa Multiservicio del Magdalena EMAG S.A.S. (2021) Estatutos Empresariales.

Empresa Multiservicio del Magdalena SAS - Buscar con Google Maps Ubicación. (s. f.). <https://www.google.com/maps>

Empresa Multiservicios Del Magdalena S A S en SANTA MARTA | Directorio de empresas Informa Colombia. (s. f.). Directorio de Empresas - Directorio de empresas en Colombia. <https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/informacion-empresa/empresa-multiservicios-magdalena-sas>

Ferreira, K. (2021). Penetración de mercado: qué es, cómo funciona esta estrategia y ejemplos de su aplicación. Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/penetracion-de-mercado/>

Forero, T. (2021). Conoce el valor de las estrategias de diversificación para las empresas y cuáles puedes implantar en la tuya. Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/estrategias-de-diversificacion/>



Garcés P., I. C., & Cuéllar S., M. C. (1997). Productos derivados de la industria de la palma de aceite: usos. *Palmas*, 18(1), 33–48. Recuperado a partir de <https://publicaciones.fedepalma.org/index.php/palmas/article/view/571>

Productos y usos | Fedepalma. (s. f.-b). <https://web.fedepalma.org/productos-y-usos-de-la-palma-de-aceite>

Suarez, D. (2020). Fases del ciclo económico. Uncommon Finance | Educacion Financiera Alternativa. <https://uncommonfinance.com/fases-del-ciclo-economico/>

Torreblanca, F. (s. f.). Estrategias de diversificación: definición y tipos. ESIC. <https://www.esic.edu/rethink/management/estrategias-de-diversificacion-definicion-y-tipos>



ANEXOS

Anexo 1. Carta modelo estudiante

Santa Marta, 10 de febrero del 2023

Señores
UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO
Sede Santa Marta
Atn. Profesor (a).
Coordinador Lourdes Ospino Núñez

Asunto: Solicitud Autorización Para La Realización Pasantía Como Opción De Grado
Adriana José Callejas Ferradanez CC. 1004.346.495

Apreciada coordinadora del programa Lourdes Ospino Núñez.

El motivo de la presente comunicación es solicitar a la Universidad Antonio Nariño (UAN) sede Santa Marta, la autorización para realizar mis pasantías como opción de grado para optar al título de Profesional En Comercio Internacional, en la empresa EMAG S.A.S (Empresa multiservicios del magdalena), ubicada en la ciudad de Santa Marta, dirección Av. del ferrocarril no. 29 - 200 Edificio el mayor business center oficina 408, teléfono de contacto 3183932286 en la cual como pasante desempeñare las siguientes funciones:

- Plan de mejoramiento dirigido a estudio de viabilidad de expansión de la empresa a nivel internacional por medio de las exportaciones.
- Reducir los riesgos financieros diversificando el portafolio de productos teniendo en cuenta las tendencias y cambios de comportamiento de los consumidores nacionales.
- Trazabilidad de los productos, clientes y proveedores.
- Análisis del mercado internacional.
- Apoyo y seguimiento del proceso de internacionalización de la empresa.

La empresa (EMAG) Empresa Multiservicios Del Magdalena S A S Nit 901512902-4 tiene como domicilio principal de su actividad la dirección, AVENIDA DEL FERROCARRIL 29 200 EDIFICIO EL MAYOR BUSINESS CENTER en la ciudad de SANTA MARTA, MAGDALENA. El teléfono de Empresa Multiservicios Del Magdalena S A S es el 3183932286. Esta empresa fué constituida como SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA y se dedica a Comercio al por mayor de productos alimenticios.

Actualmente su actividad económica está centrada en la comercialización de productos derivado de la palma como lo es la oleína y ácidos grasos en crudo; teniendo una fuerte distribución a muchas empresas a nivel nacional. La empresa (EMAG) tiene como objetivo ingresar a mercados internacionales con el fin de expandir sus productos y ser una empresa más competitiva a nivel nacional e internacional para así contribuir con el crecimiento del comercio local y nacional.

Contacto de jefe Inmediato
Nombre: Jesús Junior Callejas Cabarcas
Cargo: Representante legal
Celular: 3183932286
Correo: gerencia@emagsas.com



Anexo 2. Convenio firmado

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL CONVENIO MARCO DE PASANTIA COMO UNA OPCION DE GRADO

Entre los suscritos a saber, Jesús Junior Callejas Cabarcas, mayor de edad, vecino de Santa Marta, avenida del Ferrocarril, # 29-200, identificado con la cédula de ciudadanía No. 1.082.898.156 de Santa Marta, actuando en representación de EMPRESA MULTISERVICIOS DEL MAGDALENA S.A.S., quien en adelante se denominará LA EMPRESA o ENTIDAD, de una parte, y de la otra Héctor Antonio Bonilla Estevéz, identificado con cédula de ciudadanía No 19.205.949 de Bogotá, quien actúa en representación legal de la UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO, institución de educación superior privada, de utilidad común, sin ánimo de lucro, con personería jurídica reconocida mediante resolución N. 4571 del 24 de mayo de 1977, expedida por el Ministerio de Educación Nacional, quien para efectos del presente convenio se denominará LA UNIVERSIDAD, hemos acordado celebrar el presente Convenio de aprendizaje en la modalidad de pasantías, previas las siguientes *consideraciones*: 1.- El presente documento se firma por cuadruplicado, 2.- El Convenio de Pasantía, se celebra de conformidad con el Reglamento de Trabajos de Grado del Programa de Comercio Internacional, anexo 3. Así, el convenio se suscribe en los siguientes términos:

CONDICIONES GENERALES:

A. LA EMPRESA O ENTIDAD

Razón Social: EMPRESA MULTISERVICIOS DEL MAGDALENA S.A.S.
Nit: 901512902-4
Domicilio: Av del ferrocarril no. 29 - 200 Edificio el mayor business center, oficina 408, Santa Marta Magdalena
Actividad Económica: Comercio al por mayor de productos alimenticios
Representante Legal: Jesús Junior Callejas Cabarcas
Documento y Número de Identidad: 1.082.898.156
E-mail: gerencia@emagsas.com
Teléfono Fijo/Celular: 3183932286

B. LA UNIVERSIDAD

Razón Social: UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO
Nit: 860.056.070-7
Domicilio: SEDE PRINCIPAL, Calle 58 A No. 37 - 94 Bogotá
Representante Legal:
Teléfono fijo o celular del Representante Legal: Línea de Información:
+57(1)3152980, Línea Gratuita Nacional: 018000123060



A. ÉL (LA) PASANTE

Una vez determine LA EMPRESA O ENTIDAD que requiere pasantes, LA UNIVERSIDAD postulará el candidato precisando la siguiente información de(los) estudiante(s):

Nombre y Apellido: Adriana José Callejas Ferradanez
Tipo y Número de Identidad: 1004.346.495
Nacionalidad: colombiana
Fecha de Nacimiento: 24/03/2000
Género: Femenino
Domicilio: Mz H casa 3 etapa 1 La Rosalia. Santa marta Magdalena
Teléfono fijo/Celular: 3113856867 / 54325653
E-mail: acallejas95@uan.edu.co / a.jocfnez@gmail.com
Programa académico que cursa: Comercio Internacional
Semestre que cursa: OCTAVO

B. CONDICIONES GENERALES DEL CONVENIO

Duración: un (1) semestre contado desde la fecha de suscripción del convenio.
Tiempo de la pasantía: 480 horas distribuidas en el semestre académico.
Horario del Pasante: 9:00 AM a 5:00 PM de lunes a viernes y sábados de 8:00 AM a 2:00 PM.
Beneficios: Los que se pacten con la entidad o el pasante.
Área donde se realiza la pasantía: Área administrativa .

C. CLÁUSULAS DEL CONVENIO:

PRIMERO: Cuando LA UNIVERSIDAD envía el candidato a pasante a LA EMPRESA o ENTIDAD es porque el estudiante ha manifestado en forma expresa a LA UNIVERSIDAD su interés y necesidad de adelantar actividades como pasante. Por su parte, la EMPRESA o ENTIDAD acepta colaborar tanto con LA UNIVERSIDAD como con el (la) pasante.

SEGUNDO: ÉI PASANTE desempeñará las actividades de acuerdo con el Plan De Trabajo pactado.

TERCERO: Para efectos del presente convenio, LA EMPRESA o ENTIDAD se obliga a:

1. Brindar orientación y capacitación técnica y profesional al PASANTE, dentro de su área de formación académica, así como a evaluar su actividad.
2. Designar a un supervisor para impartir la orientación correspondiente al/a PASANTE para verificar el desarrollo y cumplimiento del Plan Específico de trabajo.
3. Permitir que el docente supervisor designado por LA UNIVERSIDAD ejerza supervisión directa sobre el estudiante PASANTE y suministrar la información que éste requiere en procura de evaluar el desarrollo del plan de trabajo del PASANTE.
4. Emitir los informes que requiera LA UNIVERSIDAD en relación con la pasantía.
5. Expedir la certificación de pasantía correspondiente.

CUARTO: Para efectos del presente convenio, ÉL PASANTE se obliga con LA EMPRESA o ENTIDAD a:

1. Suscribir un convenio de pasantía con la empresa EMAG S.A.S, acatando las disposiciones formativas y disciplinarias que se establezcan.
2. Desarrollar sus actividades de pasantía con disciplina y responsabilidad.
3. Cumplir con el desarrollo del Plan Específico de pasantía que aplique LA EMPRESA o ENTIDAD.
4. Sujetarse a las disposiciones administrativas internas que le señale LA EMPRESA o ENTIDAD.
- 5.

QUINTO: Para efectos del presente convenio, LA UNIVERSIDAD se obliga a:

1. Dirigir y conducir las actividades de formación del PASANTE en coordinación con LA EMPRESA o ENTIDAD.
2. Supervisar, evaluar y certificar las actividades formativas.
3. Coordinar con LA EMPRESA o ENTIDAD el mecanismo de monitoreo y
4. supervisión de las actividades que desarrolla el PASANTE

SEXTO: Las partes acuerdan la aplicación de las causales de modificación, suspensión y terminación del convenio, que se detallan a continuación:

PARAGRAFO: El reconocimiento económico al pasante es discrecional de la Empresa o Entidad de acuerdo con lo previsto con sus políticas de cooperación.

Son causas de modificación del convenio:

- A. Por acuerdo entre el PASANTE, LA EMPRESA o ENTIDAD, LA UNIVERSIDAD.

Son causas de suspensión del convenio:

- A. La enfermedad y el accidente comprobados que impidan la continuidad del ejercicio.
- B. El permiso concedido por LA EMPRESA o ENTIDAD.
- C. La sanción disciplinaria debidamente supervisado por las partes.
- D. El caso fortuito o fuerza mayor.

Son causas de terminación del convenio:

- A. El cumplimiento del plazo estipulado en la letra D, Condiciones Generales del Convenio.
- B. El mutuo disenso entre el PASANTE y LA EMPRESA O ENTIDAD.
- C. El fallecimiento del PASANTE
- D. La invalidez absoluta y permanente de PASANTE.
- E. No guardar reserva de toda la información y/o documentación que el PASANTE conozca durante el desarrollo de la pasantía.
- F. El incumplimiento de cualquiera de las obligaciones por parte del PASANTE y específicamente las contempladas en la Cláusula CUARTA del presente convenio.
- G. El incumplimiento de cualquiera de las obligaciones por parte de LA UNIVERSIDAD, específicamente las contempladas en la cláusula QUINTA del presente convenio.
- H. Por renuncia o retiro voluntario del PASANTE, mediante aviso a LA EMPRESA o ENTIDAD con antelación de diez (10) días hábiles.



SEPTIMO: ÉI PASANTE declara conocer la naturaleza del presente convenio, el cual no tiene carácter laboral, de tal modo que sólo genera para las partes los derechos y obligaciones específicamente previstos en el mismo y en el texto del Acuerdo 002, Reglamento de Trabajos de Grado Facultad de Economía y Comercio Internacional.

OCTAVO: Para todos los efectos relacionados con el presente convenio, las partes señalan como su domicilio el que aparece consignado en la parte introductoria de éste, los cuales se tendrán por válidos en tanto la variación no haya sido comunicada por escrito a la otra parte.

Las partes, después de leído el presente convenio, se ratifican en su contenido y lo suscriben en señal de conformidad en cuatro ejemplares; el primero para LA EMPRESA O ENTIDAD, el segundo o fotocopia del mismo para el PASANTE, el tercero para LA UNIVERSIDAD.

NOVENO: El estudiante que opte por la modalidad de grado denominada Pasantía únicamente puede suscribir un convenio y sólo una vez.

Suscrito en la ciudad de Santa Marta, a los 16 días del mes de Febrero de 2023.

POR LA EMPRESA


JESÚS JUNIOR CALLEJAS CABARCAS
Gerente - Representante Legal
Empresa Multiservicio del Magdalena S.A.S.
Celular: 318 383 2286



Anexo 3. Formato de Evaluación

Respetado TUTOR ORGANIZACIONAL:

Para la UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO, y su TUTOR ACADEMICO LUIS ALBERTO SÁNCHEZ GARCÍA su participación frente al proceso de evaluación de nuestros estudiantes en la Pasantía como opción de grado es de suma importancia. Por favor lea detenidamente y diligencie el siguiente formato. Los resultados arrojados aportarán al mejoramiento de los procesos formativo de estudiantes y próximos egresados. Evite dejar preguntas por responder, le pedimos amablemente que se tome el tiempo necesario para hacerlo. Cabe resaltar que su contenido es confidencial y de uso interno para la Universidad.

MODALIDAD	PRACTICA EMPRESARIAL	x	PASANTIA	
-----------	----------------------	---	----------	--

DATOS GENERALES						
ENTIDAD DONDE REALIZA LA PRACTICA EMPRESARIAL O PASANTIA	Empresa Multiservicio del Magdalena EMAG S.A.S					
NOMBRE TUTOR	LUIS ALBERTO SÁNCHEZ GARCÍA		CARGO	DOCENTE MEDIO TIEMPO COMERCIO INTERNACIONAL		
NOMBRE DEL ESTUDIANTE	Adriana José Callejas Ferradanez					
C.C.	1004.346.495	CODIGO	20702013582			
PROGRAMA ACADEMICO	COMERCIO INTERNACIONAL					
DURACION DE PRACTICA EMPRESARIAL O PASANTIA	MESES	450	FECHA DE INICIO	01 Febrero 2023	FECHA DE FINALIZACION	28 mayo de 2023
CARGO DESEMPEÑADO	Asistente Comercial y administrativo					
PERIODO EVALUADO	Del día mes año 01 febrero 2023			Al día mes año 28 mayo 2023		
FUNCIONES DESARROLLADAS POR EL ESTUDIANTE	<ul style="list-style-type: none"> • Tramitar documentos o comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa. • Clasificar, registrar y archivar documentos de las operaciones diarias de la empresa. • Gestionar los procesos de tramitación administrativa empresarial en relación al tema comercial de la empresa. • Realizar la gestión administrativa de procesos comerciales, llevando a cabo tareas de documentación y actividades de negociación con proveedores y de asesoramiento y relación con el cliente. 					

Evalúe en la siguiente escala, el nivel de desempeño del estudiante de la UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO de acuerdo con las competencias que ha demostrado como colaborador. Marque X teniendo en cuenta la casilla que mejor lo defina.

ESCALA DE CALIFICACIÓN	Deficiente 1	Regular 2	Bueno 3	Excelente 4	OBSERVACIONES
1. Tiene conocimientos propios de su profesión y son acordes con las funciones que desempeña.				X	
2. Propone respuestas creativas y recursivas en la solución de problemas presentados o para el mejoramiento de su área de desempeño.				X	
3. Demuestra iniciativa y proactividad en la ejecución de las actividades a su cargo				X	
4. Atiende y sigue instrucciones con facilidad				X	
5. Ejecuta las tareas asignadas con exactitud, esmero y puntualidad.				X	
6. Toma decisiones prácticas en el ámbito laboral.				X	
7. Trabaja en equipo con facilidad				X	
8. Mantiene buenas relaciones interpersonales con sus compañeros de trabajo y personal externo				X	
9. Brinda una grata impresión de LA UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO al interior de la empresa.				X	
10. Demuestra capacidad de trabajo bajo presión.				X	
11. Demuestra sentido ético para con la organización.				X	
12. Demuestra una comunicación escrita y verbal fluida, adecuada, objetiva, pertinente y clara.				X	
13. Cumple con el horario establecido y/o citas programadas para el desarrollo de sus actividades				X	

COMPORTAMIENTO LABORAL DEL ESTUDIANTE

<p>a) Mencione dos (2) fortalezas observadas en el desempeño laboral del estudiante en términos actitudinales y de destrezas, habilidades y competencias</p>	<p style="text-align: center;">ACTITUDINALES</p> <ol style="list-style-type: none"> Excelente trabajo en equipo al servicio de la empresa Actitud para el trabajo y el cumplimiento de los objetivos 	<p style="text-align: center;">CONOCIMIENTOS</p> <ol style="list-style-type: none"> Desarrollo de propuesta para en el ambito comercial de la empresa Aplicación de conocimientos sobre analisis de mercados 			
<p>b) Mencione dos (2) debilidades observadas en el desempeño laboral del estudiante, en términos actitudinales y de destrezas, habilidades y competencias</p>	<p style="text-align: center;">ACTITUDINALES</p> <ol style="list-style-type: none"> Manejo del tiempo, aunque se debetrabajar en la puntualidad Manejo del estrés por las múltiples exigencias del trabajo. 	<p style="text-align: center;">CONOCIMIENTOS</p> <ol style="list-style-type: none"> Se propuso una gama alta de productos atendidos a la razon social de la empresa siendo mas facil de implementar. Se propuso y mejoramiento para la expansion comercial de la empresa . 			
<p>c) Indique los campos de conocimiento que deben mejorar en el estudiante.</p>					
<p>d) En términos generales, califique el desempeño del estudiante.</p>	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente X	OBSERVACIONES

Nombre Tutor: Jesús Junior Callejas Cabarcas
 Cargo: Gerente



JESÚS JUNIOR CALLEJAS CABARCAS
 Gerente - Representante Legal
 Empresa Multiservicio del Magdalena S.A.S.
 Celular: 318 566 2266



Nombre de la Organización: Empresa multiservicio del Magdalena EMAG S.A.S

Firma: www.uan.edu.co / Calle 58a # 37 - 94 Bogotá, Colombia Fecha: 03 mayo de 2023