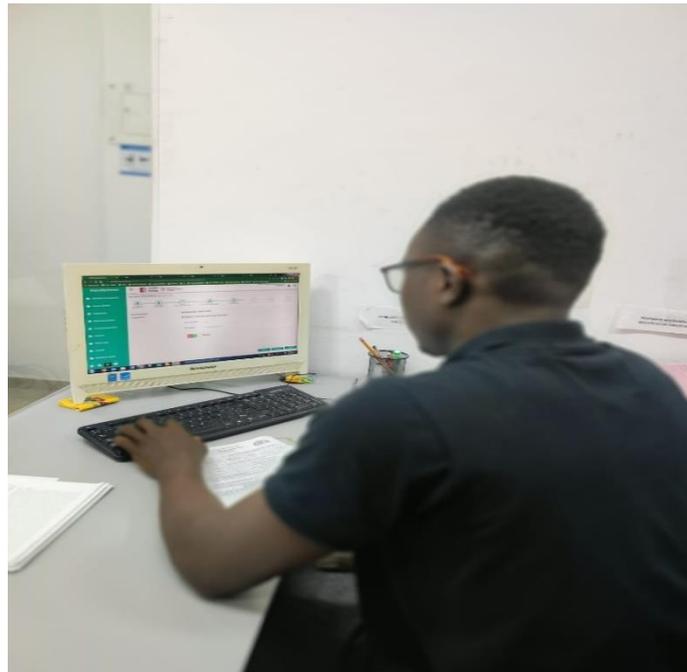




Sugerencia de implementación de una página web como aporte al mejoramiento de la eficiencia del marketing en ASECOMEXT S.A.S

Jhon Alexander Perea Caicedo



Universidad del Pacífico
Administración de Negocios Internacionales
Buenaventura, Colombia
2024



Sugerencia de implementación de una página web como aporte al mejoramiento de la eficiencia del marketing en ASECOMEXT S.A.S

Jhon Alexander Perea Caicedo

Informe de pasantías presentada como requisito para optar al título de:
Profesional de Administración de Negocios Internacionales

Director:
Mag. David Reina Mizrachi

Línea de proyección social:
Competitividad del nodo portuario, comercio exterior, la economía regional en un mundo globalizado; desarrollo empresarial

Universidad del Pacífico
Programa de Administración de Negocios Internacionales
Buenaventura, Colombia
2024



Agradecimientos

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a Dios por haberme permitido completar este proceso de formación y por todas las bendiciones que he recibido de Él a lo largo del camino. Además, deseo agradecer a mi familia por su gran apoyo y amor incondicional, que me han dado la fuerza necesaria para superar todas las dificultades que he enfrentado. Hoy, al llegar al final de este enriquecedor camino, reconozco que su presencia ha sido clave en mi éxito y les agradezco de todo corazón por estar siempre a mi lado. Su contribución ha sido invaluable y estoy eternamente agradecido por todo el apoyo brindado.

También me gustaría extender mi agradecimiento al director de investigación, Edwin Edilmo Paredes, y a cada uno de los docentes que han contribuido a mi formación como profesional en Administración de Negocios Internacionales. Sus enseñanzas y orientación han sido fundamentales para mi crecimiento y desarrollo académico. ¡Gracias a todos!

Por otra parte, me gustaría agradecer a la universidad del pacífico como institución, la cual me dio la oportunidad de realizar mis estudios y optar por el título de profesional de administración de negocios internacionales



RESUMEN

Para el siguiente estudio se realizó un análisis de marketing digital con el objetivo sugerir estrategias tecnológicas y efectivas para la agencia de aduanas ASECOMEXT S.A.S, las cuales permitan mejorar su alcance y llegar a más clientes, automatizando algunos procesos operacionales. Teniendo en cuenta que la entidad no cuenta con una página o sitio web para el aprovechamiento de las oportunidades del mercado de la agencia de aduanas. Se tuvo como antecedente el caso de Avianca, que desde 2007 adoptó la tecnología digital para mejorar su relación con los clientes y la eficiencia interna. El enfoque adoptado para este informe es cualitativo, el cual revisa el contexto actual de ASECOMEXT S.A.S., identificando la falta de una página web como un problema crítico. La metodología empleada es principalmente analítica y documental, Dentro del análisis que se llevó a cabo después de la recolección de la información necesaria, considero que la agencia de aduanas ASECOMEXT S.A.S, se encuentra en un estado de baja competitividad en cuanto a las exigencias del mercado actual, dado que esta no cuenta con una página web corporativa que le permita mostrarse ante un público mucho más grande y a posibles clientes fuera de su alcance físico. Finalmente, el informe concluye que contar con una presencia en línea es esencial para ASECOMEXT S.A.S. y su falta en el ámbito digital representa una limitación significativa para su crecimiento y competitividad. La implementación de un sitio web afectaría positivamente el sostenimiento, el alcance y la competitividad de ASECOMEXT S.A.S.

Palabras Clave: *Estrategias Tecnológicas, Marketing digital, Presencia online, Competitividad, Captación de clientes.*



ABSTRACT

For the following study, a digital marketing analysis was carried out with the objective of suggesting technological and effective strategies for the customs agency Asecomext s.a.s, which allow it to improve its reach and reach more customers, automating some operational processes. Taking into account that the entity does not have a page or website to take advantage of customs agency market opportunities. The case of Avianca was taken as a precedent, which since 2007 adopted digital technology to improve its relationship with customers and internal efficiency. The approach adopted for this report is qualitative, which reviews the current context of Asecomext S.A.S., identifying the lack of a website as a critical problem. The methodology used is mainly analytical and documentary. Within the analysis that was carried out after collecting the necessary information, I consider that the customs agency Asecomext s.a.s is in a state of low competitiveness in terms of market demands. current, given that it does not have a corporate website that allows it to appear before a much larger audience and potential clients outside its physical reach. Finally, the report concludes that having an online presence is essential for Asecomext S.A.S. and its lack in the digital sphere represents a significant limitation to its growth and competitiveness. The implementation of a website would positively affect the sustainability, reach and competitiveness of Asecomext s.a.s.

Key words: *Technological strategies, Digital marketing, Online presence, Competitiveness, Customer acquisition.*



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO 1: PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.....	3
1.1. RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA DONDE REALIZA SUS PASANTÍAS.....	3
1.2. ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	3
1.3. RESEÑA HISTÓRICA.....	3
1.4. UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	4
CAPITULO II: DESCRIPCIÓN DEL AREA EN LA CUAL SE DESARROLLA LA	7
PRACTICA PROFESIONAL DIRIGIDA o PASANTIA	7
2.1. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	7
CAPITULO III: DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA PRACTICA.....	8
PROFESIONAL DIRIGIDA o PASANTIA.....	8
3.1 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS	9
3.2. LIMITACIONES CONFRONTADAS EN LA PRACTICA	9
3.2.3. PREGUNTA PROBLEMA.....	11
3.2.4. OBJETIVOS.....	12
3.2.5. METODOLOGÍA	12
3.3. APORTES DEL PASANTE A LA EMPRESA.....	15
3.4. APORTES A LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA (UNPA).....	16
CAPITULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	18
GLOSARIO	19
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	20
ANEXOS.....	21



Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 ubicación geográfica de la empresa	4
Ilustración 2 oficina de la empresa	4
Ilustración 3 organigrama de la empresa	7
Ilustración 4 flujograma del proceso de importación	8



INTRODUCCIÓN

En el presente informe se tratará de describir como las tecnologías proporcionan estrategias de marketing y competitividad sostenibles, en tal sentido, se realizó un análisis de la situación de la agencia de aduanas ASECOMEXT S.A.S, con el objetivo principal sugerir estrategias tecnológicas y eficaces que permitan a la agencia de aduana de ASECOMEXT S.A.S. mejorar su alcance comercial y automatizar procesos operacionales. A medida que las empresas buscan posicionarse en un entorno altamente competitivo, es crucial que ASECOMEXT S.A.S. adopte un enfoque proactivo hacia la implementación de tecnología que fomente el crecimiento y la adaptabilidad. En el contexto empresarial actual, caracterizado por la necesidad de innovación constante, las herramientas digitales se presentan como una solución viable para mejorar la experiencia del cliente e incrementar la eficiencia en la gestión de servicios.

Por otra parte, la pregunta que guía este informe es: ¿Cómo identificar y sugerir nuevas estrategias tecnológicas efectivas para la agencia de aduanas ASECOMEXT S.A.S con el objetivo de llegar a otros posibles clientes y mejorar la eficiencia en sus procesos? Para abordar esta pregunta, emplearemos un método analítico que nos permitirá examinar los desafíos actuales y las oportunidades que enfrenta la organización. Este análisis se basa en la investigación cualitativa, lo que nos ofrece una comprensión profunda de las dinámicas internas de ASECOMEXT S.A.S. y las posibles vías para su adaptación y crecimiento en un entorno cada vez más digital y competitivo.

En el marco del presente estudio, se llevó a cabo un exhaustivo análisis de una variedad de documentos, revistas especializadas y, fundamentalmente, de los procesos operativos de la agencia de aduanas ASECOMEXT S.A.S. Este enfoque integral tiene como objetivo primordial la identificación de oportunidades de mejora que potencialmente favorezcan el crecimiento y desarrollo continuo de la organización. Al revisar minuciosamente estos materiales, se busca no solo entender el estado actual de los procesos, sino también detectar áreas críticas que requieran atención y optimización.

El análisis realizado proporciona una base sólida para proponer estrategias que fortalezcan la eficiencia operativa de ASECOMEXT S.A.S. De igual manera, se pretende fomentar un ambiente propicio para la innovación y adaptación a los constantes cambios en el ámbito aduanero y logístico. A través de esta investigación, se espera ofrecer un conjunto de recomendaciones que no solo ayuden a la agencia a alcanzar sus metas a corto plazo, sino que también la posicionen de manera competitiva en el mercado, asegurando su sostenibilidad y crecimiento a largo plazo.

Como antecedente tenemos que, desde 2007, en la industria aérea, el caso de Avianca ofrece un ejemplo paradigmático de cómo la digitalización puede transformar los procesos internos y la relación con los clientes. La implementación de una plataforma en línea que facilitara la compra



de boletos y la gestión de reservas no solo mejoró la satisfacción del cliente, sino que también impulsó significativamente los ingresos y redujo los errores operativos.

No obstante, el camino recorrido por Avianca estuvo plagado de obstáculos que requirieron atención especial. En primer lugar, se hizo imprescindible la creación de una nueva imagen que reflejara la modernidad y frescura de la aerolínea. Además, la implementación de un motor de reservas sólido se tornó esencial para optimizar la experiencia del usuario y garantizar transacciones seguras. La lucha contra el fraude también demandó una estrategia meticulosa. Avianca supo enfrentar estos retos con eficacia, gracias a un enfoque estratégico bien estructurado y a una constante evolución de su infraestructura tecnológica, que le permitió no solo superar las dificultades, sino también posicionarse como un referente en la industria.

La trayectoria de Avianca pone de manifiesto la crucial necesidad de innovar y adaptarse en un entorno empresarial que se encuentra en constante evolución. Este dinamismo del mercado no solo conlleva múltiples oportunidades, sino que también presenta desafíos significativos. Las empresas que son capaces de ajustarse de manera efectiva a las exigencias y tendencias emergentes son las que, en última instancia, logran capitalizar estas oportunidades y avanzar en su desarrollo. Así, la historia de Avianca se erige como un ejemplo vívido de cómo la flexibilidad y la innovación son esenciales para prosperar en un ámbito competitivo y en transformación continua.

El presente documento se divide en IV capítulos: capítulo I. presentación de la empresa, capítulo II. descripción del área en la cual se desarrolla la práctica profesional dirigida o pasantía, capítulo III. desarrollo de las actividades realizadas en la practica profesional dirigida o pasantía, capitulo IV. Conclusiones y recomendaciones.

En conclusión, un sitio web es una herramienta estratégica que no solo mejora la operación interna de las empresas y especialmente en las agencias de aduanas, sino que también potencia su presencia en el mercado y su capacidad para atraer y retener clientes. Lo cual se traduce en crecimiento, competitividad y sostenibilidad para las empresas



CAPITULO 1: PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

1.1. RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA DONDE REALIZA SUS PASANTÍAS

ASECOMEXT S.A.S

Asesorías en comercio exterior

1.2. ACTIVIDAD ECONÓMICA

ASESORAMIENTO EN COMERCIO EXTERIOR

“consultoría de gestión” (GUERRERO, 2022)

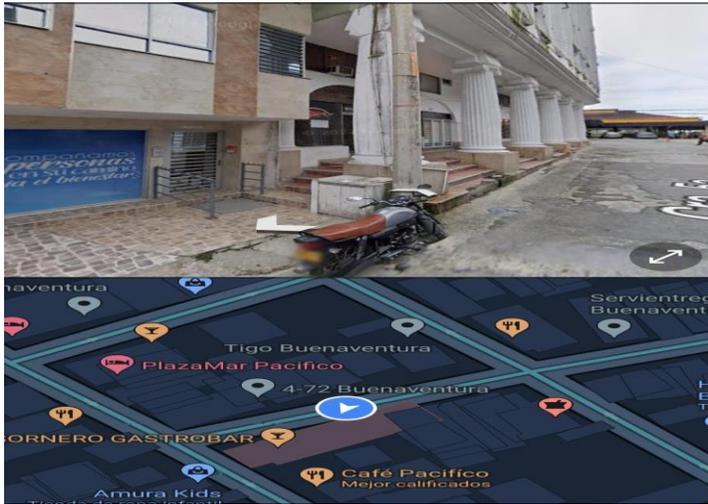
1.3. RESEÑA HISTÓRICA

ASECOMEXT SAS, nace el 31 de octubre del 2012 en la ciudad de Buenaventura, con único dueño el señor, (Emerson David Moreno Angulo). Bajo la finalidad de iniciar operaciones y prestar servicios aduaneros en el área de importación y tránsito aduanero para los usuarios o clientes del comercio exterior. Esta empresa inicia y mantiene sus operaciones como una OEA (Operador Económico Autorizado), puesto que, la agencia de aduanas Sin Limite SAS Nivel 2, es quien les presta su firma para que dicha organización pueda realizar sus procedimientos de importación, dado que ASECOMEXT SAS es una empresa de asesorías en comercio exterior. (GUERRERO, 2022)

1.4. UBICACIÓN GEOGRÁFICA.

Descripción: Asecomext S.A.S, se encuentra ubicada en la zona céntrica de la ciudad de Buenaventura. Piso 4° Cra, 5ª #1-30 centro

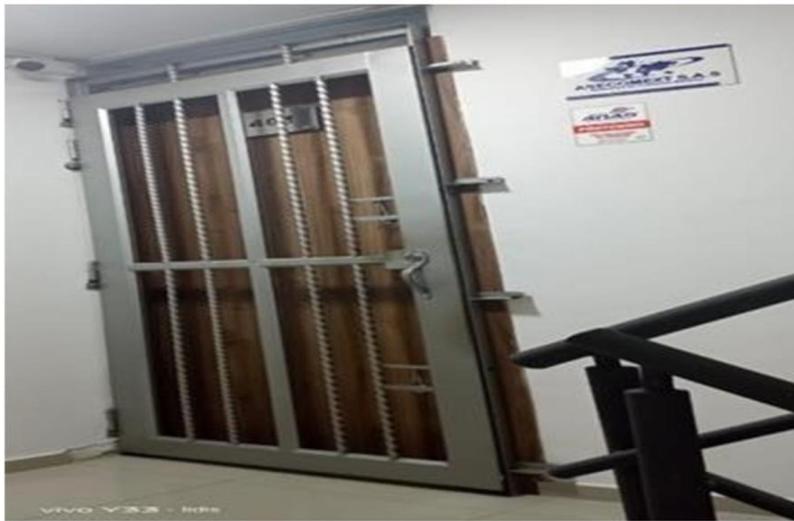
Ilustración 1 ubicación, geográfica de la empresa



Fuente: Google maps.

Oficina de Asecomext S.A.S 4° piso

Ilustración 2 oficina de la empresa



Fuente: Propia



1.5. OBJETIVOS DE LA INSTITUCIÓN

Objetivo General

Ser reconocida a nivel nacional como una excelente agencia de aduanas que presta un servicio con estándares de calidad y compromiso.

Objetivos Específicos

- Realizar de la mejor manera posible cada uno de los procesos de importación en beneficio de sus clientes.
- Ofrecer un servicio con los mejores estándares de calidad y garantizar la satisfacción de los clientes.
- Garantizar la correcta gestión de los trámites aduaneros, minimizando los tiempos de espera y los costos asociados.

(GUERRERO, 2022)

1.6. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

Misión

“Realizar los procesos de importación y tránsito aduanero, siguiendo las normas y recomendaciones ya establecidas”. (GUERRERO, 2022)

Visión

“Somos una empresa que para el año 2027, aspira ser una de las mejores para proveer servicios aduaneros en las operaciones de comercio exterior. Con agilidad y calidad”. (GUERRERO, 2022)

Valores

- Trabajo en equipo
- Transparencia
- Seguridad
- Compromiso

(GUERRERO, 2022)



1.7. DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

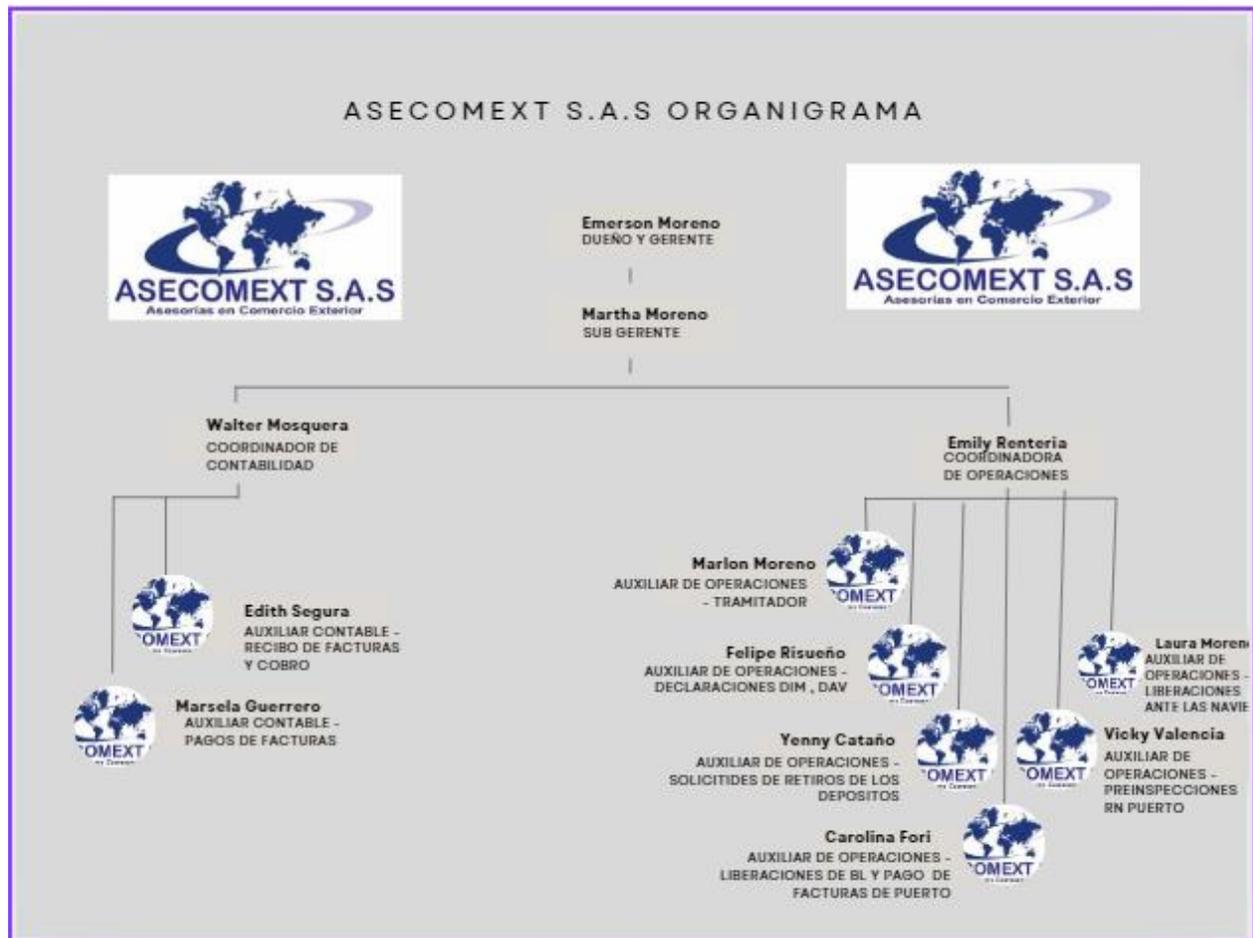
ASECOMEXT S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificada) es una empresa dedicada a la prestación de servicios de asesorías en comercio exterior, enfocados principalmente en la realización de importación de pequeñas, medianas y grandes empresas. Normativa que rige a la empresa ASECOMEXT SAS Decreto 1165 del 2019 Con el Decreto 1165 del 2 de julio de 2019 se consolida, compila y armoniza la legislación. También cabe mencionar que la empresa se ha especializado en asesoramientos de importación para productos perecederos. ASECOMEXT, es una empresa tercerizada, que trabaja bajo la firma de la agencia de aduanas de “SIN LÍMITES S.A.S”. La cual presta servicios de agenciamiento aduanero para empresas colombianas como lo son: La calera Colombia S.A.S, Green and FRESH, FRESH WORLD S.A.S, Importaciones y exportaciones santa clara, entre otras. (GUERRERO, 2022)

CAPITULO II: DESCRIPCIÓN DEL AREA EN LA CUAL SE DESARROLLA LA PRÁCTICA PROFESIONAL DIRIGIDA o PASANTÍA

2.1. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

Descripción: Organigrama de la empresa, donde se expone la rama de jerárquica de la organización y como está distribuido su talento humano

Ilustración 3 Organigrama de la empresa



Fuente: Propia

CAPITULO III: DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA PRÁCTICA PROFESIONAL DIRIGIDA o PASANTÍA

Descripción: Flujo grama o mapa de procesos de importación en la agencia de aduana ASECOMEXT S.A.S en el cual, también se resalta de color gris los procesos en los que interviene como pasante de ASECOMEXT S.A.S.

Ilustración 4. Flujo grama del proceso de importación



Fuente: Propia



3.1 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS

Como pasante de la agencia de aduanas ASECOMEXT S.A.S, se desempeñó un papel fundamental en el proceso de importación de mercancías. Donde las principales responsabilidades incluyen la elaboración de permisos fitosanitarios y registros de importación, garantizando el cumplimiento de las normativas y procedimientos establecidos por las autoridades aduaneras y sanitarias.

Además de estas funciones, como pasante también se tiene la responsabilidad de verificar la documentación necesaria para el despacho de las mercancías, verificar la programación de transporte de las mismas y mantener una comunicación fluida con los demás funcionarios para informarles sobre el estado de los trámites. Asimismo, colabora estrechamente con el equipo de trabajo interno para asegurar la correcta gestión de los procesos aduaneros.

Mi labor como pasante de ASECOMEXT S.A.S reviste de una gran importancia en el cumplimiento de los plazos y requisitos legales para la importación de mercancías, contribuyendo así al buen funcionamiento de la empresa y la satisfacción de sus clientes.

3.2. LIMITACIONES CONFRONTADAS EN LA PRÁCTICA

Durante el periodo de prácticas en la agencia de aduanas ASECOMEXT S.A.S y como estudiante de último semestre en la Universidad del Pacífico en Buenaventura, Colombia, se ha enfrentado a diversas dificultades que ponen a prueba diferentes habilidades, además de la paciencia.

Una de las principales dificultades a las que me he enfrentado ha sido la información errada proporcionada por algunos clientes de la agencia de aduana. Esto ha complicado en gran medida el proceso de importación y exportación de mercancías, ya que la falta de información precisa puede llevar a retrasos y confusiones en los trámites aduaneros.

Por otro lado, he tenido dificultades con la página del VUCE (Ventanilla Única de Comercio Exterior) debido a fallas en el sistema, así como con la página del ICA. Estos problemas técnicos han representado obstáculos adicionales en mi trabajo y en mi etapa de aprendizaje, ya que han afectado la realización de trámites y la obtención de información clave para mis actividades diarias.

A pesar de todas estas dificultades, he aprendido a ser más perseverante y a buscar soluciones creativas para superar los obstáculos que se presentan en mi camino. Estas experiencias me han ayudado a crecer tanto profesional como personalmente, y me han preparado para enfrentar con éxito los desafíos futuros que pueda enfrentar en mi carrera.



3.2.1. Antecedentes del problema

Avianca: La aerolínea colombiana en enero del 2007 implementó una página web para facilitar la compra de boletos, realizar check-in en línea y ofrecer información sobre sus vuelos y servicios. Esto les permitió mejorar la experiencia de sus pasajeros y aumentar la eficiencia en la gestión de reservas, lo que se tradujo en un aumento en sus ventas y en la fidelización de sus clientes. (AVIANCA, 2014)

Cabe mencionar que en sus inicios se presentaron muchos retos, ya que era algo nuevo que se quería implementar para la aerolínea.

Evolución:

Para enero de 2007, se tuvieron unas falencias en: Imagen y facilidad de uso (look & Feel), motor de reservas funcional y sin errores (Booking Engine), medios de pago y sin herramientas de protección del ingreso, servicios adicionales en línea (internet tools & gadgets), contenido (redacción y ortografía, imágenes en general, información e idiomas), tecnología (plataforma de desarrollo y soporte limitado), Hosteado en servidores dentro del edificio de Avianca con crecimiento limitado, sin redundancia, balanceo de cargas, drp, bcp y con salida de internet insuficiente. (AVIANCA, 2014)

Como lo dijo una vez Silvia Solera, (solera, 2021). “una empresa sin web es sinónimo de desconfianza, una empresa sin web es una empresa sin futuro y otras frases que son una verdad como un templo y que han dejado un legado escrito a su paso por las marcas.”

Por otra parte, Avianca no se quedó allí, sino que siguió innovando en aras de seguir mejorando sus servicios y el desempeño de sus funcionarios.

De acuerdo con Nateevo. la evolución de la tecnología ha obligado a las empresas a tomar la delantera en herramientas digitales, para hacer crecer sus negocios y mejorar la capacitación del personal y no quedarse atrás de la competencia. Un ejemplo de ello es la aerolínea colombiana Avianca S.A., ha optado por construir un ecosistema de aprendizaje digital basado en Open LMS como sistema de gestión del aprendizaje, llamado e-Academia, integrando Intelliboard para atender las necesidades de formación de la compañía. (NATEEVO, 2005)

Avianca es la principal aerolínea de Colombia, la segunda aerolínea actual más antigua del mundo y la aerolínea más antigua del mundo con operaciones ininterrumpidas. La compañía moviliza a más de 30 millones de pasajeros al año en todo el mundo. Avianca S.A. continúa transformando sus procesos internos para brindar un servicio óptimo al cliente; entender que la capacidad de generar buenas prácticas de trabajo, brindando una cultura empresarial enfocada en la mejora continua de los procesos de la empresa. (AVIANCA, 2014)



3.2.2. Descripción del problema

La agencia de aduanas ASECOMEXT S.A.S enfrenta un problema crítico en la actualidad debido a la falta de una página web que les permita llegar a más clientes y automatizar algunos procesos internos. Esta carencia se traduce en una pérdida de oportunidades para la empresa, ya que no pueden ofrecer información actualizada de manera rápida y eficiente a sus clientes.

Uno de los mayores desafíos que enfrenta la agencia es la falta de un sistema efectivo para la comunicación de información oportuna a sus clientes. Con frecuencia, los usuarios requieren conocer el estado de sus trámites o necesitan información específica de manera urgente. Sin una página web que faciliten este acceso, se ven obligados a contactar a los funcionarios de la empresa a través de correos electrónicos. Esta situación genera una considerable pérdida de tiempo tanto para los clientes como para los empleados, quienes deben equilibrar la atención de quienes llaman por teléfono con la respuesta a los correos electrónicos que solicitan información. Además, al no tener una presencia online, la agencia de aduanas ASECOMEXT S.A.S está perdiendo la oportunidad de llegar a un mayor público objetivo. Una página web bien diseñada y estructurada les permitiría mostrar sus servicios de manera más efectiva, diferenciándose de la competencia y captando la atención de potenciales clientes que buscan servicios de aduanas confiables y eficientes.

la falta de una página web en la agencia de aduanas ASECOMEXT S.A.S representa una grave problemática que limita su potencial de crecimiento y competitividad en el mercado. Implementar una plataforma digital permitirá mejorar la comunicación con los clientes, agilizar procesos internos y aumentar la visibilidad de la empresa en línea, lo que impactará positivamente en sus operaciones y resultados.

3.2.3. Pregunta Problema

¿Cómo elaborar y sugerir nuevas estrategias tecnológicas efectivas para la agencia de aduanas ASECOMEXT SAS con el objetivo de llegar a otros posibles clientes y mejorar la eficiencia en sus procesos?



3.2.4. Objetivos

Objetivo General

Sugerir estrategias tecnológicas y efectivas para la empresa, que le permitan llegar a más clientes y automatizar algunos procesos operacionales.

Objetivos Específicos

- proponer una página web, con un performance adecuado y diseñado para ofrecer los servicios aduaneros de la organización.
- Plasmar la información necesaria en la página web, para generar confianza en los posibles clientes y así aumentar las posibilidades de contacto con esos posibles clientes.
- Automatizar procesos de atención al cliente, mediante chat automáticos

3.2.5. Metodología

Método De Investigación

Con la finalidad de cumplir con los objetivos planteados en este estudio empleamos el método analítico, puesto que, se considera ser el más adecuado para llegar al cumplimiento de los objetivos antes propuestos. Por lo cual lo llevaremos a cabo mediante el uso de las técnicas de investigación como el análisis del problema central, sus causas y orígenes, afectaciones, antecedentes, posibles soluciones o conclusiones.

El diseño de este análisis será mixto, lo que permitirá obtener una comprensión profunda de los desafíos y oportunidades presentes dentro de la organización.

Finalmente, se realizará un análisis de la situación actual de ASECOMEXT S.A.S y la importancia que tiene la presencia web para las empresas. formular recomendaciones estratégicas que fomenten la eficiencia de marketing y operativa, a su vez mejoren la experiencia del cliente con la entidad y optimicen el cumplimiento normativo. esta metodología asegurará que la propuesta de mejora esté basada en datos concretos y en la experiencia de los actores involucrados.



Tipo de Investigación

De acuerdo con Baleristy en una publicación de la Universidad de los Andes, (Baleristy, 2000). “El marco metodológico es el “conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas”. Este método se basa en la formulación de hipótesis de las investigaciones relacionadas al problema.”

Dado que el objetivo del estudio será proponer la implementación de una página web para la agencia de aduanas ASECOMEXT S.A.S siendo una empresa de comercio exterior en Colombia. Surge la necesidad de estudiar y analizar los beneficios y el papel tan importante que juega una página web para las empresas y cómo afectaría positivamente al crecimiento de la organización. Por lo cual, se recurrió a un diseño documental, considerando que el tema tiene un sustento teórico suficiente. Se procedió a realizar una investigación de tipo explicativa, para conocer a detalle cómo se comporta el mercado y las negociaciones en el comercio internacional de Colombia.

De acuerdo con la Universidad de Jaén, la investigación documental es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones, etc.). Un tipo específico de investigación documental es la investigación secundaria, dentro de la cual podremos incluir a la investigación bibliográfica y toda la tipología de revisiones existentes (revisiones narrativas, revisión de evidencias, meta-análisis, meta síntesis). (Jaén, 2021)

Esta acepción metodológica de los diseños documentales adopta un formato análogo con independencia de que hablemos de investigación cuantitativa o cualitativa. Objeto de estudio. El sentido estricto, la unidad de análisis, son los propios documentos. Métodos de recogida de datos según el tema elegido y los objetivos propuestos, los diseños metodológicos varían sustancialmente. La recogida de datos debe ser un proceso sistemático bien definido y especificado en el diseño. Hay que citar las fuentes y cómo se accedió a ellas. Puede tratarse de un archivo, de una hemeroteca, o de una o varias bases de datos (especificar las estrategias de búsqueda y selección de documentos). Desarrollo conceptual abreviado La investigación documental depende fundamentalmente de la información que se recoge o consulta en documentos, entendiéndose este término, en sentido amplio, como todo material de índole permanente, es decir, al que se puede acudir como fuente o referencia en cualquier momento o lugar, sin que se altere su naturaleza o sentido, para que aporte información o rinda cuentas de una realidad o acontecimiento. Las fuentes documentales pueden ser, entre otras: documentos escritos, como libros, periódicos, revistas, actas notariales, tratados, encuestas y conferencias escritas; documentos filmicos, como películas, diapositivas, documentos grabados, como discos, cintas y casetes, incluso documentos electrónicos como páginas web. Cuáles pueden ser confirmadas o descartadas por medios de análisis. (Jaén, 2021).



Beneficios de contar con una presencia online.

Las agencias de aduanas desempeñan un papel fundamental en el comercio internacional, facilitando el movimiento de mercancías a través de las fronteras y asegurando el cumplimiento de las normativas aduaneras. En este contexto, la importancia de contar con una página web para una agencia de aduanas es crucial, ya que les permite llegar a un público más amplio de clientes potenciales, brindando información detallada sobre sus servicios y procesos aduaneros.

El rol que una página web cumple para una agencia de aduanas es el de ser su carta de presentación en el mundo digital. A través de su sitio web, las agencias pueden mostrar su experiencia y profesionalismo, ofreciendo servicios personalizados y soluciones a medida para las necesidades de sus clientes. Además, una página web les permite mantenerse actualizadas sobre las regulaciones aduaneras vigentes, facilitando así el cumplimiento de los trámites aduaneros de forma eficiente y oportuna.

Las ventajas de contar con una página web para una agencia de aduanas son múltiples. Entre ellas, se pueden destacar las siguientes:

- Mayor visibilidad: Una página web permite a las agencias de aduanas llegar a un público más amplio, tanto a nivel nacional como internacional, atrayendo a potenciales clientes interesados en sus servicios.
- Mejora de la comunicación: A través de su sitio web, las agencias de aduanas pueden comunicarse de forma más directa y efectiva con sus clientes, proporcionando información detallada sobre sus servicios, tarifas y procesos aduaneros.
- Generación de confianza: Contar con una página web profesional y bien diseñada transmite confianza a los clientes, mostrando que la agencia de aduanas es una empresa seria y comprometida con la calidad de sus servicios.

Los objetivos de una página web para una agencia de aduanas pueden incluir, entre otros, los siguientes:

- Atraer nuevos clientes, mejorar la comunicación de una manera más efectiva entre clientes y agencia, automatizar y agilizar procesos de gerencia.

El objetivo principal de una página web es captar la atención de nuevos clientes interesados en los servicios de la agencia de aduanas, convirtiéndolos en clientes potenciales.

- Facilitar la comunicación: A través de su sitio web, las agencias pueden responder a las consultas y dudas de sus clientes de manera rápida y eficiente, mejorando así la experiencia del usuario.

contar con una página web es fundamental para una agencia de aduanas, ya que les permite mejorar su visibilidad, comunicación y generación de confianza, facilitando así la captación de nuevos clientes y la prestación de un servicio de calidad.



3.2.6. Resultados

Dentro del análisis que se llevó a cabo después de la recolección de la información necesaria, considero que la agencia de aduanas ASECOMEXT S.A.S, se encuentra en un estado de baja competitividad en cuanto a las exigencias del mercado actual, dado que esta no cuenta con una página web corporativa que le permita mostrarse ante un público mucho más grande y a posibles clientes fuera de su alcance físico.

Por otra parte, esto genera desconfianza para muchas personas que tienen la necesidad y requieren de los servicios que se ofrecen en la entidad, esto por la sencilla razón de que no tienen una reseña histórica que se pueda respaldar por los antecedentes que esta haya tenido frente a otros clientes. Lo cual hace que las personas prefieran a la competencia y de esta manera en ASECOMEXT S.A.S, no se están aprovechando de la mejor manera los recursos y las oportunidades del mercado, esto hace que sus objetivos como organización sean demasiado difíciles de conseguir y ponen en riesgo la existencia y el crecimiento de la empresa.

Sin duda alguna, esta situación crea la necesidad de que la empresa siga trabajando en cómo mejorar la experiencia de sus servicios y hacer uso de los recursos informáticos que le permitan ampliar sus capacidades competitivas para estar a la vanguardia de las exigencias que pide el mercado actual.

Por esta razón, y en calidad de pasante en la agencia de aduanas ASECOMEXT S.A.S, y con el propósito de cumplir con los objetivos establecidos por la organización, se propone la creación de un sitio web corporativo que se adapte a las necesidades de los clientes y a los propósitos estratégicos de la empresa. Esta iniciativa no solo aumentaría la competitividad de ASECOMEXT S.A.S, sino que también contribuiría de manera significativa a la consecución de las metas planteadas por la dirección de la agencia.

3.3. APORTES DEL PASANTE A LA EMPRESA

Como pasante de ASECOMEXT, una empresa dedicada al asesoramiento aduanero, además de brindar apoyo en diversas operaciones, se ha contribuido al desarrollo del organigrama de la entidad. Este organigrama facilitará la identificación de los niveles administrativos y las jerarquías dentro de la organización, con el objetivo de clarificar los grados de autoridad de cada área y los roles que desempeñan sus integrantes.

Asimismo, ha sugerido la implementación de una página web como una estrategia para aumentar las posibilidades de atraer nuevos y potenciales clientes, lo cual permitiría a la empresa seguir expandiéndose.



3.4. APORTES A LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA (UNPA)

Perspectiva Global: A lo largo de la formación en la Universidad del Pacífico, se adquiere una perspectiva global que permite comprender las dinámicas del comercio internacional. Este enfoque no solo amplía su visión del mundo, sino que también capacita para identificar oportunidades y desafíos en mercados extranjeros.

Conocimientos Teóricos y Prácticos: se tiene la oportunidad de combinar la teoría y la práctica mediante el análisis de casos de estudio y simulaciones de negocios. Estas experiencias le han enseñado a aplicar conceptos económicos y de gestión en situaciones reales, fortaleciendo así sus habilidades en la toma de decisiones estratégicas en un entorno internacional

Adaptabilidad Cultural: El estudio de la administración de negocios internacionales le ha permitido comprender la importancia de las diferencias culturales en el ámbito empresarial. Ha desarrollado habilidades para trabajar en equipos multiculturales, lo que resulta esencial en el mundo globalizado de hoy. Esta capacidad de adaptación cultural es fundamental para establecer relaciones comerciales fructíferas.

Competencias en Negociación: A través de cursos y talleres, ha perfeccionado sus habilidades de negociación. Ha aprendido a manejar situaciones complejas, diseñar estrategias de negociación efectivas y reconocer la importancia de construir consensos que beneficien a todas las partes involucradas.

Ética y Responsabilidad Social: En un mundo cada vez más interconectado, la ética en los negocios y la responsabilidad social se han convertido en pilares fundamentales de su formación. Comprende que las empresas no solo deben buscar beneficios económicos, sino también contribuir positivamente a la sociedad y al medio ambiente.

Red de Contactos Internacionales: La Universidad del Pacífico le ha brindado la oportunidad de establecer una red de contactos con profesionales y compañeros de distintas partes del mundo. Estas conexiones son valiosas no solo para su desarrollo profesional, sino también para abrir puertas a futuras oportunidades en el ámbito internacional.

Innovación y Uso de Tecnología: Ha aprendido sobre la creciente importancia de la innovación y la tecnología en los negocios internacionales. La capacidad de adaptarse a nuevas herramientas tecnológicas es crucial para competir en un entorno global dinámico, y se siente preparado para enfrentar estos retos.

Perspectivas de Carrera: Su formación le ha permitido explorar diversas áreas dentro del campo de los negocios internacionales, desde la logística y el comercio exterior hasta el marketing global. Se siente emocionado por las múltiples opciones de carrera que se presentan ante él, ya



INFORME FINAL DE PRÁCTICA Y/O PASANTÍAS

Programa Administración de Negocios Internacionales

que cada una de ellas representa un desafío y una oportunidad para contribuir al crecimiento de las empresas en un contexto global.

Para concluir, al culminar su pregrado en Administración de Negocios Internacionales en la Universidad del Pacífico, se siente preparado para enfrentar los retos del mundo empresarial contemporáneo. Está comprometido a aplicar todo lo aprendido para generar un impacto en el ámbito internacional, siempre con un enfoque ético y responsable. Anhela poner en práctica sus conocimientos y contribuir al desarrollo de empresas que marquen la diferencia en un mundo cada vez más interconectado.



CAPITULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En conclusión, un sitio web es una herramienta estratégica que no solo mejora la operación interna de las empresas y especialmente en las agencias de aduanas, sino que también potencia su presencia en el mercado y su capacidad para atraer y retener clientes. Esto se hace crucial por varias razones: mayor visibilidad, informar sobre servicios, actualización de normativas, plataforma de comunicación, marketing, competitividad y captación de clientes, entre otras cosas.

Es por ello que, en el mercado actual, es de vital importancia contar con sitio web ajustado y adaptado como herramienta estratégica para el crecimiento y avance empresarial sin importar la actividad económica en la que se desempeñe la entidad.

Por otra parte, en la experiencia como pasante en la agencia de aduanas "ASECOMEXT S.A.S.", se ha llegado a entender la importancia de la digitalización de los documentos en el ámbito empresarial. En este sentido, la implementación de un sitio web resulta fundamental y puede generar beneficios significativos tanto a corto como a largo plazo.

Un portal digital bien estructurado no solo permitirá a la agencia mejorar su visibilidad en el mercado, sino que también facilitará la comunicación con sus clientes y socios estratégicos. A través de un sitio web, ASECOMEXT S.A.S. podrá proporcionar información actualizada sobre sus servicios, así como compartir novedades y recursos relevantes, consolidando su imagen como una entidad confiable y moderna.

Además, la digitalización de procesos a través de la creación de un sitio web optimizará la gestión administrativa, reduciendo tiempos de respuesta y mejorando la atención al cliente. Esto, sin duda, contribuirá a aumentar la satisfacción del cliente y, como resultado, favorecerá la fidelización y atracción de nuevos clientes.

Por último, considero que la implementación de un sitio web en ASECOMEXT S.A.S. no es solo una tendencia, sino una necesidad estratégica que impulsará el logro de los objetivos planteados por la entidad. La inversión en este recurso digital repercutirá positivamente en la eficiencia operativa y en la proyección de la agencia hacia el futuro, asegurando así su sostenibilidad y crecimiento en un entorno cada vez más competitivo.



GLOSARIO

ASECOMEXT:

“Asesorías En Comercio Exterior. ASECOMEXT S.A.S es una sociedad por acciones simplificadas matriculada el miércoles 31 de octubre de 2012 con domicilio registrado en la ciudad de Buenaventura. Esta empresa se dedica principalmente a actividades de consultoría de gestión”. (empresas, 2021).

COMPETITIVIDAD:

La competitividad es aquella capacidad que posee un individuo o empresa para posicionarse por delante de sus competidores, consiguiendo una mejor posición frente a ellos. Se basa en generar ventajas competitivas frente a las demás entidades, es decir, disponer de uno o varios factores que le permitan destacarse y colocarse por encima del resto (sol, 2024)

ETA:

“El día en que se estima que el contenedor salga del puerto de origen y comience su tránsito”. (incoterms, 2019).

EMPRESA:

Es una organización de personas y recursos que buscan la consecución de un beneficio económico con el desarrollo de una actividad en particular



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Avianca – antecedentes <https://nateevo.com/proyectos/avianca/>

AVIANCA. (2014). PÁGINA WEB COORPORATIVA AVIANCA. AVIANCA, 01.
<https://www.thesolvo.com/blog/casos-de-exito-2/avianca-la-principal-aerolinea-de-colombia-fortalece-sus-procesos-de-capacitacion-con-el-apoyo-de-open-lms-e-intelliboard-6>

CEPAL. (2022). Informe Portuario 2021: las primeras señales de recuperación en el transporte marítimo internacional vía contenedores de América Latina y el Caribe.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47901/S2200343_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fenalco Antioquia. (2021, 17 de noviembre). ¿Cómo afecta la crisis de los contenedores al consumidor? <https://www.fenalcoantioquia.com/blog/como-afecta-la-crisis-de-los-contenedores-al-consumidor/>

GUERRERO, M. (2022). IMPLEMENTACION DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS EN LA EMPRESA ASECOMEXT SAS. 11.

jaen. (2021). metodología. NATEEVO. (2005). LA EVOLUCIÓN DE LA TECNOLOGIA. NATEEVO, 01.
<https://nateevo.com/proyectos/avianca/>

Nateevo. (2024, 5 marzo). Caso Avianca: Experiencia personalizada | NATEEVO. NATEEVO.
<https://nateevo.com/proyectos/avianca/>

ANEXOS

Descripción de la imagen: Proceso de digitación de la solicitud de registro de importación

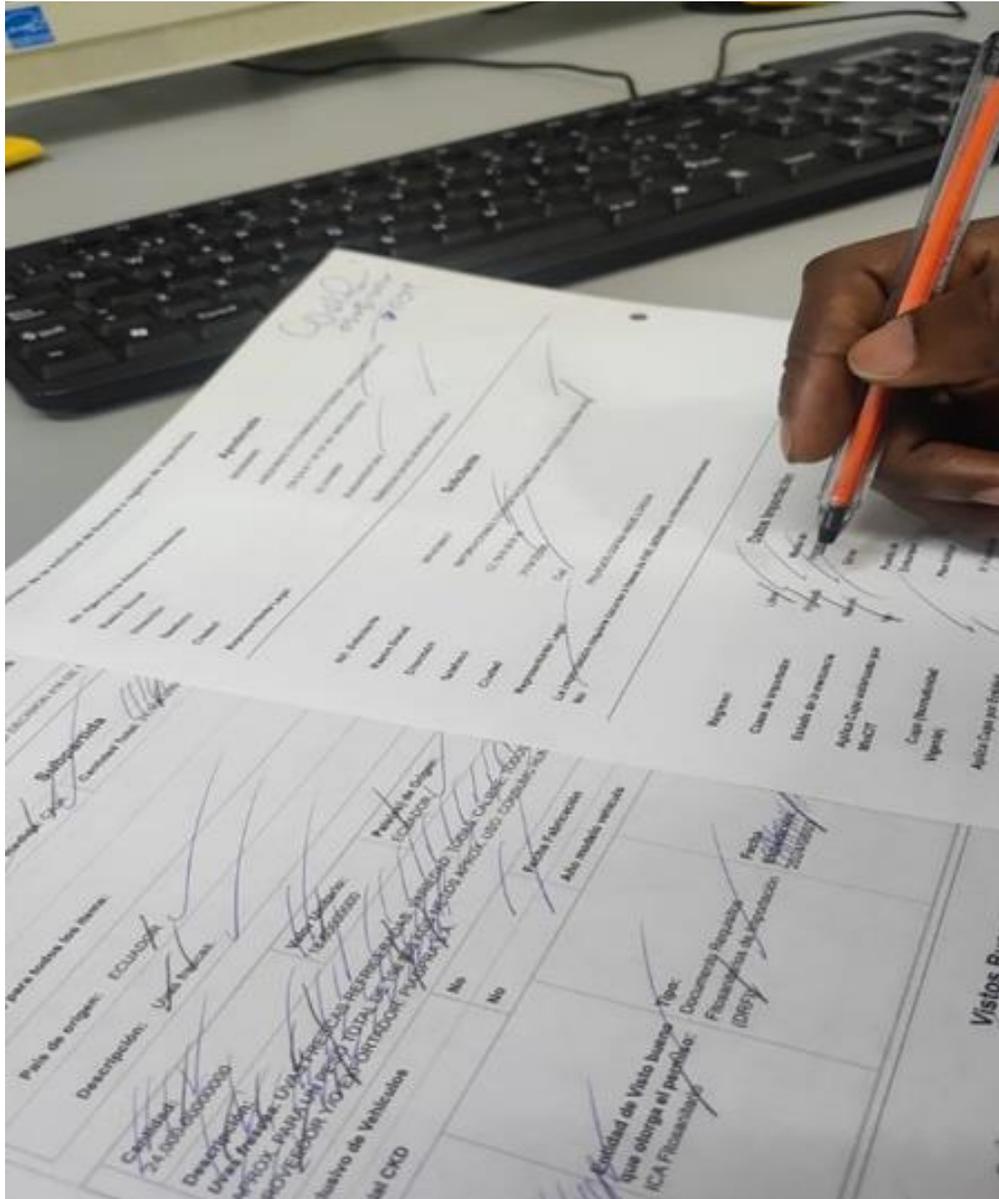
Anexo 1 Digitación de RIM 1



Fuente: Propia

Descripción de la imagen: Proceso de revisión de los datos suministrados para la solicitud de registro de importación

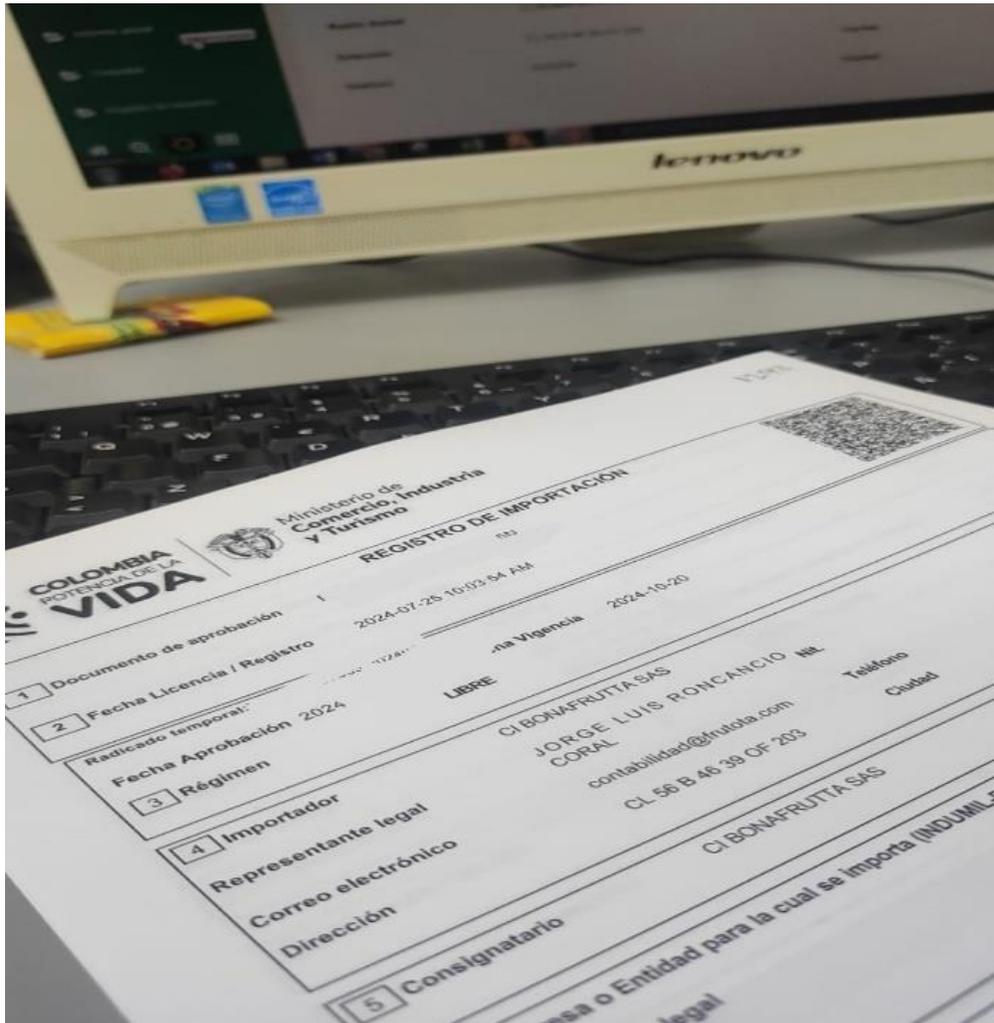
Aneo 2 Revisión de información RIM 1



Fuente: Propia

Descripción de la imagen: Proceso de finalización y registro de importación aprobado por parte del VUCE

Anexo 3 RIM (Registro de Importación) aprobado



COLOMBIA POTENCIA DE LA VIDA

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

REGISTRO DE IMPORTACIÓN

Documento de aprobación: 2024-07-25 10:53:54 AM

Fecha Licencia / Registro: 2024-10-20

Régimen: LIBRE

Importador: CIBONAFRUTTA SAS

Representante legal: JORGE LUIS RONCAHICHO

Correo electrónico: contabilidad@frutista.com

Dirección: CL 56 B 46-39 OF 203

Consignatario: CIBONAFRUTTA SAS

Empresa o Entidad para la cual se importa (INDUMIL-SP): legal

Fuente: Propia