

INFORME DE PRACTICA EMPRESARIAL – VIDRIOS Y LAMINADOS



Zaira Alejandra Peña Hidalgo



UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2019

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL – VIDRIOS Y LAMINADOS

ZAIRA ALEJANDRA PEÑA HIDALGO

Informe de práctica presentado como requisito para obtener el título de
Profesional en Negocios Internacionales

Director

Esp. EDISÓN ORLANDO GARZÓN CESPEDES

Especialista en Gerencia Logística

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2019

Autoridades académicas

P. Juan Ubaldo LÓPEZ SALAMANCA, O. P

Rector General

P. Mauricio CORTÉS GALLEGO, O. P

Vicerrector Académico General

P. José Arturo RESTREPO RESTREPO, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. Rodrigo GARCÍA JARA, O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Adm. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Doc. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano Facultad de Negocios Internacionales

Nota de aceptación

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS
Decano Facultad de Negocios Internacionales

EDISÓN ORLANDO GARZÓN CESPEDES
Director Trabajo de Grado

MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE
Jurado

ALFONSO CANONIGO GALVIS
Jurado

Villavicencio, Octubre del 2018

Dedicatoria

Toda gratitud a Dios por permitirme alcanzar este logro, a mi madre Nancy Hidalgo, quien con su esfuerzo y apoyo incondicional durante mi vida siempre ha estado allí, a mi hermana Adriana Peña y a mis sobrinos, quien con su motivación y respaldo hoy cumpló una meta en mi vida. Gracias por darme su apoyo y confianza, así logre conseguir las fuerzas para lograr este sueño.

Agradecimientos

Agradecer a cada uno de los docentes que hicieron parte de mi proceso de formación profesional junto con mis compañeros, en especial mi grupo de trabajo, Alejandra Murcia, Walter Espinel Munar, Miguel Ramírez, Felipe Pérez y Mathew Alejo, que siempre trabajamos arduamente para hoy en día lograr tan grande victoria.

A la empresa de Vidrios y Laminados S.A, por permitir realizar y culminar mis prácticas profesionales, a el jefe inmediato el gerente general Carlos Torres por brindar su confianza y apoyo en el proceso de prácticas profesionales, de brindar un espacio no solo laboral sino también un espacio de amistad, y a todos los compañeros de trabajo que me colaboraron durante este proceso. Quiero resaltar a los docentes que más me apoyaron en este proceso académico, los cuales son Martha Silva, Julian Méndez, Olga Linares, Decano Javier Trillos y Clara Ramirez, dejando una huella.

Y a la vida por permitirme conocer personas maravillosas como los integrantes de pastoral y Paula Daza, que se convirtió en una amiga de aventuras.

Contenido

	Pág.
Dedicatoria.....	5
Agradecimientos	6
Glosario.....	9
Resumen.....	10
Introducción	11
1. Perfil de la empresa	12
1. Razón social.....	12
1.2. Objeto social.....	12
1.3. Domicilio.....	12
1.4. Historia.....	13
1.5. Misión	13
1.6. Visión	13
1.7. Organigrama.....	14
1.8. Portafolio de servicios.....	14
2. Cargo y funciones.....	15
2.1. Cargo a desempeñar	15
3. Descripción del proceso	16
4. Marco conceptual y normativo.....	18
4.1. Marco conceptual	19
4.2. Marco normativo.....	19
5. Aportes.....	20
5.1. Aportes de la empresa a la formación profesional.	20
5.2. Aportes por el estudiante a la empresa.....	20
Conclusiones.....	21
Referencias bibliográficas.....	22

Tabla de Figuras

	Pág.
Figura 1. Organigrama de Vidrios y Laminados	14
Figura 2. Mapa de procesos de las prácticas.....	17
Figura 3. Mapa de procesos de las prácticas.....	18

Glosario

- Inoxclean: Limpiador de acero inoxidable.
- Vidrios y laminados: Especialista en vidrios y elementos en metal
- Proveedor: Dicho de una persona o de una empresa que provee o abastece de todo lo necesario para un fin a grandes grupos, asociados, comunidades (Real Academia Española, 2018).
- Responsabilidad Social Empresarial: Comportamientos de negocio basados en valores éticos y principios de transparencia que incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y sus partes", relación que incluye clientes, proveedores, socios, consumidores, medio ambiente, comunidades, el gobierno y la sociedad en general.
- Servicio: Organización y personal destinado a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada (Real Academia Española, 2018).
- Usuario: Dicho de una persona que por su concesión gubernativa o por otro título legítimo, goza un aprovechamiento de aguas derivadas de corriente pública (Real Academia Española, 2018).

Resumen

Durante los meses de Agosto de 2018 hasta inicios del mes de Enero de 2019, realice las prácticas profesionales en la Empresa de Vidrios y Laminados S.A.S, en el cual, estas se realizaron en el área comercial, específicamente en el sector de mercadeo, ventas y comercio exterior.

Se ejercieron materias vistas durante toda la carrera profesional, entre ellas el manejo de exportación e importación, buscar estrategias para mejorar la imagen de la empresa y la línea de marca, ya que ésta, al ser una empresa de servicios tienen muchas diferencias con los clientes, que en este caso se llamarán usuarios.

Se desarrollaron ventas del producto Innoxclean y creación de marketing del mismo para contribuir con la publicidad de esta línea, estando presente en redes sociales y artículos, los cuales consisten en dar a conocer esta marca que estuvo congelada varios años.

A su vez, dar diferentes puntos de vista como Profesional en Negocios Internacionales aportando en el crecimiento de la empresa. Esta labor se realizó con una intensidad de 960 horas. Además de ello se aplicó el lema institucional de la Universidad Santo Tomás, dejando en alto su nombre... ser una persona íntegra.

Palabras claves: Responsabilidad Social Empresarial, Exportación, Importación, Marketing, Usuarios, Proveedores, Mercadeo, Prácticas

Introducción

Con quince (15) años de experiencia, la Empresa Vidrios y laminados ofrece en su portafolio de servicios diferentes actividades de construcción, con el fin de satisfacer las necesidades de sus clientes a nivel nacional. Su sede principal se encuentra en la ciudad de Bogotá. En el cual brinda su apoyo a diferentes instituciones educativas, universitarias, así como practicantes de técnicos, tecnólogos y profesionales, para poder cumplir con todo el ciclo académico. Esta empresa me permitió ser la primera practicante universitaria.

En el siguiente informe se describen las funciones y actividades realizadas por la practicante Zaira Alejandra Peña Hidalgo, en el área comercial, marketing y ventas. En la primera semana se realizó una inducción de conocer la empresa y la línea de los productos.

1. Perfil de la empresa

1.1. Razón social.

Vidrios y laminados SAS.

Es una sociedad por acciones simplificada (SAS) que lo conforman es unipersonal.

1.2. Objeto social.

Vidrios y laminados. Tiene como objeto indeterminado la prestación de servicios donde se centra en la innovación y calidad del vidrio en el departamento de Cundinamarca y en cualquier parte del país.

1.3. Domicilio

El domicilio social principal de Vidrios y laminados. es de la ciudad de Bogota, capital de la República de Colombia

- Dirección: Kilometro 5 vía Funza, Siberia,Parque Industrial, San Luís de Potosí, Bodegas 9 y 8A, Cund. Colombia.
- Teléfonos: (057)(1) 7447631- 3173705708.
- E-mail:info@vidriosylaminados.com
 - Jefe Inmediato: Carlos Torres.
 - Cargo: Gerente General.
 - Dirección:Kilometro 5 vía Funza, Siberia,Parque Industrial, San Luís de Potosí, Bodegas 9 y 8A, Cund. Colombia. -
 - Teléfono: +57 3173675013
 - E-mail: gerencia@vidriosylaminados.com

1.4. Historia

Esta empresa inicia hace 15 años con una misión y visión familiar, pensando en generar empleo para muchas familias. Con el apoyo de prestamos bancarios fueron creciendo de manera personal e infraestructura. La expansión de la empresa fue aumentando a través de los años a nivel nacional, siendo reconocida por su calidad y cumplimiento. Como muchas empresas han tenido altibajos, pero con su empeño y esfuerzo han logrado surgir, logrando posicionarla a lo largo de estos años hasta el día de hoy.

1.5. Misión

Suministrar a nuestros clientes productos de la mejor calidad, cumpliendo con las expectativas de funcionabilidad y requerimientos técnicos solicitados para ofrecer soluciones de diseño y seguridad en los diferentes acabados arquitectónicos de edificios, hoteles, clínicas, centros comerciales, universidades, colegios, parques, urbanizaciones y en general todo tipo de construcción.

Contamos con maquinaria de la más alta tecnología del mercado garantizando un producto final con los mejores estándares de calidad total.

Nuestro mayor activo, es el personal humano que tenemos, Ingenieros de producción, Ingenieros de programación, Diseñadores, Arquitectos y demás personal calificado para asesorar y acompañar en el desarrollo de cada uno de los proyectos con la ética profesional, trato y respeto que merecen nuestros clientes al igual que nuestro medio ambiente, aportando un grano de arena para el desarrollo de Colombia.

1.6. Visión

Vidrios y laminados, para el 2030 es ser una empresa líder en el sector de la construcción, enfocandonos siempre en la sostenibilidad del medio ambiente, creando nuevos productos y entandares que permitan llevar acabo esta labor, del mismo modo ser reconocida tanto en Colombia como en Latinoamerica.

1.7. Organigrama

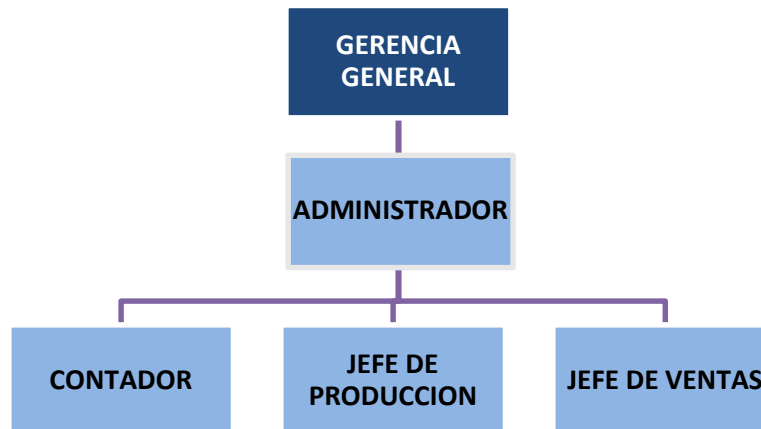


Figura 1. Organigrama de vidrios y laminados, por Zaira Alejandra Peña Hidalgo, 2019

1.8. Portafolio de servicios

Vidrios y laminados ofrece a sus usuarios siete (7) líneas de servicios, lo cuales están divididos de la siguiente manera:

- ✓ Línea de vidrios.
- ✓ Línea hospitalaria.
- ✓ Línea de ventanas Europeas.
- ✓ Línea cortafuego.
- ✓ Línea servicios especiales.
- ✓ Línea de aplicaciones.
- ✓ Línea Inoxclean.

1. Cargo y funciones

2.1. Cargo a desempeñar

Directora de la línea del producto Inoxclean en ventas, marketing y comercio exterior.

2.2. Funciones asignadas

- ❖ Creación de redes sociales: youtube, facebook, instagram, twitter, pinterest, artículos del blog y manejo de las mismas.
- ❖ Realizar las piezas gráficas de los contenidos para las redes sociales.
- ❖ Realizar el marketing de la marca, desarrollando diferentes estrategias.
- ❖ Hacer visitas a los posibles clientes, conociendo sus opiniones y necesidades para el desarrollo de estrategias para incrementar las ventas del producto.
- ❖ Investigación de mercados del producto con el enfoque internacional para saber los documentos necesarios, reglamentos y segmentación de mercados para la venta del producto.

3. Descripción del proceso

Se inicia con la investigación de mercados para reconocer que requisitos son necesarios para la exportación e importación de la línea de producto Inoxclean, la cual nos vamos a enfocar. Como resultado los encontramos negativos, ya que es de alto costo el envío y compra del producto.

Se desarrollan tres estrategias generales en la ejecución de 2 meses cada una.

3.1. La primera es la creación: Subestrategias, calendario y metas

En estos meses se desarrollo la creación y manejo de redes sociales y multimedia. Se buscó el incremento de las ventas y el posicionamiento de la marca queriendo generar un resultado del 30% en el desarrollo de la estrategia

Se implemento en facebook, instagram, twiter, youtube, donde aparte de el manejo de éstas, se tendría que desarrollar la creación de contenido. En estos meses se quiso relizar un posicionamiento de forma manual y tradicionar, donde se fue un contacto directo al cliente; ademas de ir uno a uno en redes sociales notificando que exisimos en el mercado.

3.2. La segunda estrategia: Reconocimiento de la marca

Nos enfocamos en el conocimiento de la marca y la empresa, ya que se identificó que la competencia tenía más ventaja en este campo, los medios de campaña para el “lanzamiento” de la línea del producto fueron enfocados, principalmente en ferias y revistas.

Estas son las dos propuestas que se ofrecieron, pero la elegida fue la Feria Internacional de Tecnología Industrial realizada en Corferias en el mes de septiembre de 2018. Allí represente a la empresa, ofreciendo al futuro cliente nueva información de nuestros productos y servicios, ésta estrategia fue elegida, ya que se tenía más abarque de mercado para darse a conocer, tanto para la compañía como para la línea del producto. Se esperaba un aproximado del 40% en general, y se logró el objetivo.

La tercera estrategia se concentró en las redes sociales, con el tema de *e-commerce*, en conjunto de las ventas tradicionales, pero este enfoque se va a dar en el tema educativo, en esta

estrategia se desarrollo la creación de material de publicación: artículos, imágenes motivacionales, ¿sabias que?, videos de youtube, todo donde el futuro cliente tenga la capacidad de preguntar y podamos solucionar sus dudas, generando en él un posicionamiento de marca. Esta estrategia se estableció con un porcentaje de 40% de cumplimiento y esta fue desarrollada en su totalidad.

Para concluir, los aprendizajes académicos en mercadeo aplicados en esta empresa fueron básicos, ya que la empresa desde un principio decidió hacerlo de una forma tradicional y económica.

Al conocimiento personal obtuve experiencia, valentia, capacidad de autocritica e independencia.

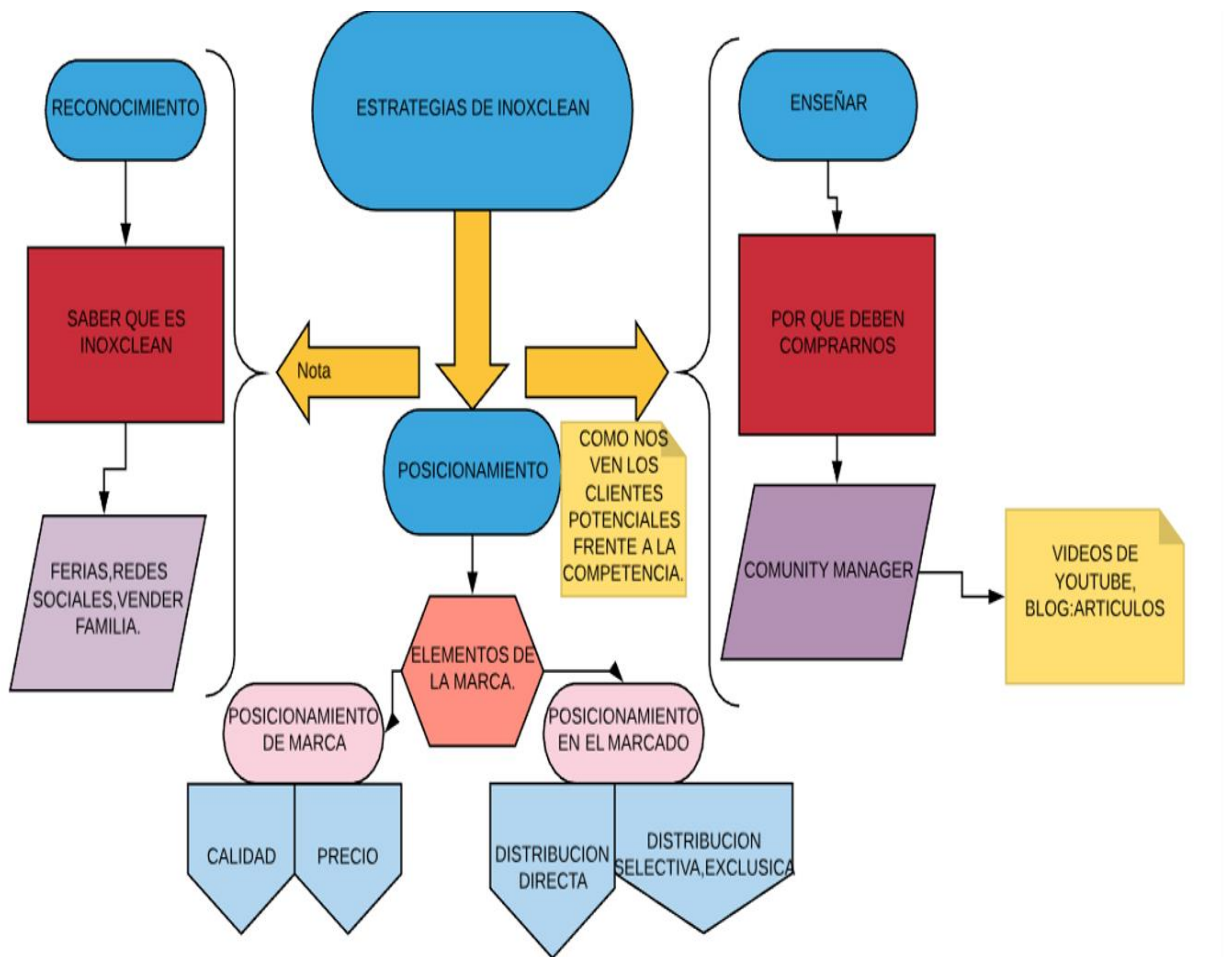


Figura 2. Mapa de procesos de las prácticas, por Zaira Alejandra Peña Hidalgo, 2019

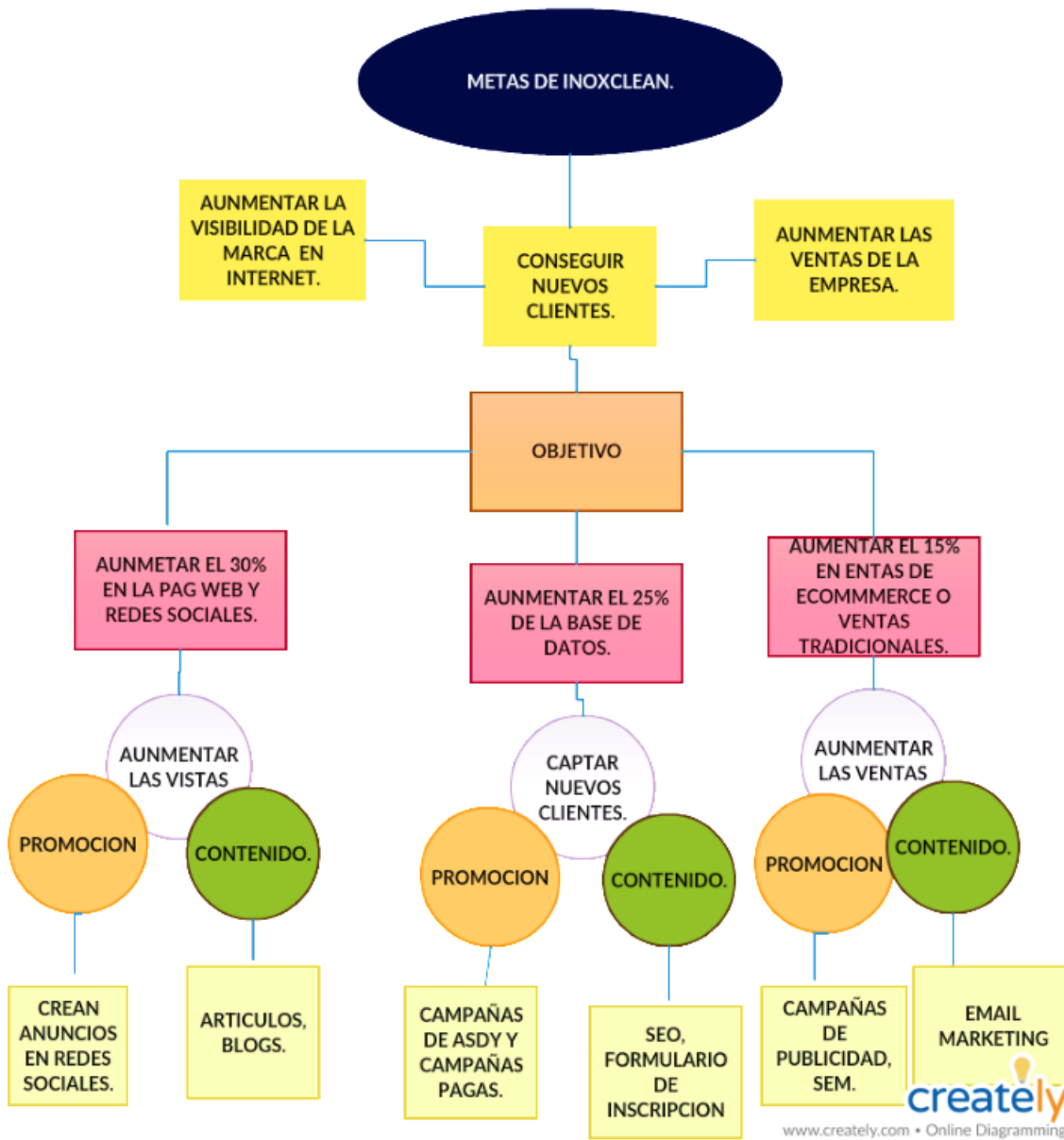


Figura 3. Mapa de procesos de las prácticas, por Zaira Alejandra Peña Hidalgo, 2019

4. Marco Referencial

4.1. Marco conceptual

Durante las prácticas profesionales desarrolladas en la empresa de Vidrios y Laminados S.A.S ubicada en la ciudad de Bogotá, se implementaron diferentes temas vistos en toda la carrera profesional como negociadora internacional.

- Fundamento de investigación
- Estadística
- Finanzas
- Formulación de proyectos
- Marketing
- Responsabilidad social empresarial
- Estrategias de negociación

4.2. Marco normativo

Durante el proceso se tuvo que tener en cuenta las siguientes leyes Colombianas para poder cumplir a cabalidad con todo lo desarrollado durante todas las prácticas profesionales.

- Art. 23 de la Constitución Política de Colombia
- Ley 142 del 1994 o Ley de Servicios Públicos Domiciliarios.
- Ley 734 de 2002 Art. 34 numeral 19 y 34
- Ley 190 de 1995 Art. 53, 54 y 55
- Ley 1474 de 2011 Art. 76
- Ley 1755 de 2015 Art. 14,15, 16,20
- Art. 2.2.3.12.2. Centralización de la recepción de peticiones verbales
- Art. 2.2.3.12.3. Presentación y radicación de peticiones verbales
- Art. 2.2.3.12.4. Respuesta al derecho de petición verbal
- Art. 2.2.3.12.10. Respuesta a solicitud verbal de acceso a información
- Art. 2.2.3.12.11. Reglamentación interna

5. Aportes

5.1. Aportes de la empresa a la formación profesional.

- ❖ Poner a prueba lo aprendido en las estrategias de negociación.
- ❖ Ejecución del conocimiento de marketing y posicionamiento de marca.
- ❖ La organización y disposición a la hora de realizar trabajos en conjunto.
- ❖ La experiencia de conocer y negociar con diferentes tipos de personas.

5.2. Aportes por el estudiante a la empresa

- ❖ Posicionar la marca e imagen de la empresa.
- ❖ Generar campañas de impacto del producto.
- ❖ Resultados positivos en el manejo de redes sociales.
- ❖ Apoyo en el habla bilingüe como traductora.
- ❖ Herramientas de solución de conflictos.
- ❖ Mejoramiento e implementación de nuevas convivencias.
- ❖ Tener mejor manejo en las redes sociales, puesto que solo tienen la página principal.

Conclusiones

Durante este periodo que se realizaron las prácticas profesionales, se logró terminar con éxito, ya que se cumplió con lo establecido por parte de la empresa, demostrando todas la capacidades como profesional en negocios internacionales, abordando el tema de mercadeo y marketing.

El trabajo en equipo fue esencial para llevar a cabo con todo lo exigido por el área comercial, además de ello la enseñanza que deja esta empresa a la practicante es en cuanto al manejo que se debe tener en diferentes ámbitos con respecto a los clientes.

La seriedad y cumplimiento de la empresa con la implementación de las estrategias de marketing y mercadeo dieron un resultado positivo en el incremento de las ventas y posicionamiento de la marca, a su vez con la entrega y despacho de los productos en tiempos reales genera confiabilidad en los clientes.

Referencias bibliográficas

Concepto definicion.de. (2013). *Definición de Servicio*. Retrieved 2018 йил 25-Julio from [conceptodefinicion.de: http://conceptodefinicion.de/servicio/](http://conceptodefinicion.de/servicio/)

Peña, A. (2018). Organigrama de Vidrios y laminados. Bogota, Colombia.

Real Academia Española. (2018). *Definición de proveedor*. Retrieved 2018 йил 25-Julio from [rae.es: http://dle.rae.es/?id=UTXSRYk](http://dle.rae.es/?id=UTXSRYk)

Real Academia Española. (2018). *Definición de servicio*. Retrieved 2018 йил 25-Julio from [rae.es: http://dle.rae.es/?id=XhXvJqs](http://dle.rae.es/?id=XhXvJqs)

Real Academia Española. (2018). *Definición de usuario*. Retrieved 2018 йил 25-Julio from [rae.es: http://dle.rae.es/?id=bBsQKPC](http://dle.rae.es/?id=bBsQKPC)