

INFORME DE PRACTICA EMPRESARIAL EN INDUSTRIAS SPRING



LILIA CAMILA RICO ARIAS



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2023

INFORME DE PRACTICA EMPRESARIAL EN INDUSTRIAS SPRING

LILIA CAMILA RICO ARIAS

Informe de práctica presentado como requisito para optar al título de Profesional En Negocios
Internacionales

Asesor

Mg. JAIRO CAMILO ZAMORA ESCOBAR

Magister in Business Administration

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2023

Autoridades Académicas

P. ALVARO JOSE ARANGO RESTREPO, O. P.

Rector General

P. EDUARDO GONZALES GIL, O. P.

Vicerrector Académico General

P. JOSE ANTONIO BALAGERA CEPEDA, O. P.

Rector Seccional Villavicencio

P. RODRIGO GARCIA JARA, O. P.

Vicerrector Académico Seccional Villavicencio

JULIETH ANDREA SIERRA TOBON

Secretaria de División Seccional Villavicencio

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

Contenido

	Pág.
Abstract.....	10
Introducción.....	11
1. Objetivos	12
1.1. Objetivo general	12
1.2. Objetivos específicos.....	12
2. Perfil de la Empresa	13
2.1. Historia de la empresa.....	13
2.2. ¿De qué se encarga la compañía?.....	13
2.3. Visión	14
2.4. Misión.....	14
2.5. Política del Sistema Integrado de Gestión.....	14
2.6. Organigrama.....	15
3. Funciones del cargo.....	16
3.1. Actualización de BECH	16
3.2. Traslado del producto.....	16
3.3. Planificador y productor de contenido visual.....	17
3.4. Estrategias de contenido.....	17
3.5. Actividades diarias	18
4. Plan de Mejora.....	20
5. Impactos y limitaciones.....	24
6. APORTES DE LA EMPRESA HACIA A MI.....	25
7. MIS APORTES A LA EMPRESA	26
8. Glosario	27
9. Conclusiones	28
10. Referencias bibliográficas.....	29

Lista de figuras

Figura 1.....	14
Figura 2.....	15
Figura 3.....	16
<i>Figura 4.</i>	17
Figura 5.....	18
Figura 6.....	19
Figura 7.....	22
Figura 8.....	22
Figura 9.....	23
Figura 10.....	23

Lista de tablas

Tabla 1..... 20

Dedicatoria

Dedico este trabajo de grado a todas aquellas personas que, de una u otra manera, me brindaron su apoyo y aliento en este camino académico. A mi familia, amigos, profesores, compañeros de clase y a todas las personas que me inspiran a seguir adelante en la vida profesional y personal.

Agradecimientos

Este trabajo no habría sido posible sin la ayuda y el apoyo de muchas personas a las que deseo expresar mi más sincero agradecimiento.

En primer lugar, quiero agradecer a mi tutor por su orientación, conocimientos y paciencia durante todo el proceso de elaboración de este trabajo. Sus comentarios y sugerencias fueron esenciales para alcanzar los objetivos propuestos.

También quiero agradecer a todos los profesores y compañeros de la carrera de Negocios Internacionales que, de alguna manera, contribuyeron a mi formación académica y personal.

Asimismo, agradezco a la empresa Industrias Spring por brindarme la oportunidad de realizar mis prácticas profesionales y permitirme realizar esta investigación. Fue una experiencia muy enriquecedora y significativa para mi formación profesional.

Por último, pero no menos importante, quiero agradecer a mi familia y amigos por su apoyo incondicional, su paciencia y comprensión durante todo este proceso. Sin ellos, este trabajo no habría sido posible.

Resumen

Este trabajo de opción de grado se basa en mi experiencia en una empresa líder en la industria de colchones, donde tuve la oportunidad de realizar prácticas profesionales en el área de mercadeo. Durante mi período en la empresa, me involucré en diversas actividades y proyectos relacionados con estrategias de mercadeo y promoción de productos en medios digitales.

El objetivo principal de mis prácticas fue contribuir al desarrollo y ejecución de estrategias de mercadeo que mejorarán la visibilidad de la marca y aumentarán las ventas de colchones. A lo largo de mi tiempo en la empresa, participé activamente en la planificación y ejecución de campañas publicitarias, investigaciones de mercado, análisis de la competencia y la gestión de redes sociales. Además, tuve la oportunidad de trabajar en estrecha colaboración con el equipo de ventas para comprender las necesidades del cliente y adaptar nuestras estrategias en consecuencia.

Uno de los aspectos destacados de mis prácticas fue la participación en el lanzamiento de nuevos productos, donde contribuí en la creación de material promocional, la planificación de eventos de lanzamiento y la identificación de oportunidades de mercado para los productos innovadores de la empresa.

Mis prácticas profesionales en una empresa de colchones en el área de mercadeo fueron una experiencia enriquecedora que me permitió aplicar mis conocimientos académicos en un entorno empresarial real. Estas prácticas contribuyeron significativamente a mi desarrollo profesional y me brindaron una comprensión más profunda de la importancia del mercadeo en la industria de colchones.

Palabras Clave: Mercadeo, Industria, Segmentación, Ventas.

Abstract

This undergraduate thesis is based on my experience at a leading company in the mattress industry, where I had the opportunity to undertake professional internships in the marketing department. During my time at the company, I was involved in various activities and projects related to marketing strategies and product promotion in digital media.

The main objective of my internships was to contribute to the development and execution of marketing strategies that would enhance brand visibility and increase mattress sales. Throughout my tenure at the company, I actively participated in the planning and execution of advertising campaigns, market research, competitive analysis, and social media management. Additionally, I had the opportunity to work closely with the sales team to understand customer needs and adapt our strategies accordingly.

One of the highlights of my internships was my involvement in the launch of new products, where I contributed to the creation of promotional materials, event planning for product launches, and the identification of market opportunities for innovative company products.

My professional internships at a mattress company in the marketing department were an enriching experience that allowed me to apply my academic knowledge in a real business environment. These internships significantly contributed to my professional development and provided me with a deeper understanding of the importance of marketing in the mattress industry.

Key Word- *Marketing, Industry, Segmentation, Sales.*

Introducción

En la actualidad, la industria de los colchones se encuentra en constante evolución, adaptándose a las necesidades de los consumidores y a las tendencias del mercado. En este contexto, resulta fundamental que las empresas del sector cuenten con estrategias de marketing efectivas para mantenerse competitivas y aumentar su participación en el mercado.

En este trabajo de grado se presenta el análisis y evaluación de la estrategia de marketing de Industrias Spring, una empresa líder en la fabricación y comercialización de colchones en Colombia. Durante mi práctica profesional en el área de mercadeo de esta organización, tuve la oportunidad de conocer de cerca su estrategia de marketing y proponer mejoras en el proceso.

1. Objetivos

1.1. Objetivo general

Adquirir habilidades y conocimientos en el desarrollo e implementación de estrategias de mercadeo enfocadas en el sector de la industria de colchones, mediante la participación activa en proyectos de investigación, análisis de mercado, diseño de campañas publicitarias y promociones, con el fin de contribuir al posicionamiento de la marca en el mercado y aumentar las ventas de la empresa, descubriendo una experiencia satisfactoria para los clientes y fomentando mi crecimiento profesional en el área de mercadeo de la industria.

1.2. Objetivos específicos

Crear un calendario de publicaciones para las redes sociales de la empresa, de manera continua que permita verificar la interacción con los usuarios.

Estudiar la competencia del mercado de colchones publicitado en las redes sociales a fin de plantear estrategias de contenido digital a partir del énfasis la apropiación de conocimientos del marketing.

Desarrollar contenido de valor para las redes sociales de la empresa, mediante la producción de fotografías, videos y textos informativos, promoviendo la fidelización de los clientes a través del mercadeo digital.

Analiza y segmenta los diferentes tipos de clientes de la empresa por el récord de compras del último año, para ofertar los productos de su interés y así aumentar las ventas.

2. Perfil de la Empresa

2.1. Historia de la empresa

En 1952 Marco Sudarsky, Judio radicado en Colombia, fundó Spring una compañía comercializadora de colchones. En 1954 obtuvo premio a la calidad y 8 años después se dedica a la producción de colchones, en 1970 Marco Sudarsky se asocia con su hermano, comprar maquinaria y en 1977 la compañía cuenta con dos bodegas y personal administrativo, en 1985 se crea el departamento de mercadeo para dar un nuevo enfoque, luego en los 90 se abre la primera tienda en la calle 94 y también se experimenta la crisis del país y la empresa también tuvo que enfrentarla.

En el 96 se crea la junta directiva con profesionales de primer nivel y ya para el año 2000 se retoma el liderazgo en los mercados en los conceptos de imagen de marca posicionamiento y estatus, así mismo para el año 2023 obteniendo su sello de calidad ICONTEC y para el 2004 inicia la fase de innovación con doble certificación de calidad, certificación ISO 900, nominación premio portafolio por el colchón Spring Baby antirreflujo.

Para el año 2005 se realiza inauguración de la planta en Cota, en el 2007 otorgan los avales médicos y se inició la alianza estratégica con Tempur e Higienitech, durante el 2011 se lanza nuevo portafolio con el cual ganan premio a la innovación y en los últimos años Spring se ha posicionado como la marca que prefieren los colombianos para su descanso.

2.2. ¿De qué se encarga la compañía?

Somos una empresa encargada de la producción y comercialización de productos para el descanso como colchones, almohadas, somieres, dubets, etc...

Nuestro enfoque más grande son los colchones, en los cuales desarrollamos tecnologías para lograr un buen descanso, de esta manera los colchones se identifican con 3 firmezas (Suave, Medio y Firme), y de esta manera satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Figura 1.

Firmeza de los colchones



Nota. Spring, C. (s.f.). Colchón basic sencillo, (Ilustracion) Colchones Spring. <https://www.colchonesspring.com.co/colchones-basic/p>

2.3. Visión

Ser la marca preferida en Colombia para dormir mejor, siendo rentables y responsables con el medio ambiente.

2.4. Misión

Spring es una empresa colombiana que ofrece soluciones para el descanso; contribuyendo a mantener una sociedad más sana, con personas felices y con mayor energía por descansar en un producto Spring

2.5. Política del Sistema Integrado de Gestión

Industrias Spring S.A.S, como líder del mercado en la fabricación y comercialización de soluciones para el descanso, a través del mejoramiento continuo del sistema integrado de gestión y enfocado en atender las necesidades y expectativas factibles de nuestras partes interesadas (Socios, Colaboradores, Clientes, Proveedores, Comunidad, Competencia, Entidades gubernamentales y regulatorias), establece los siguientes compromisos, responsabilidad de cada integrante de la organización:

Ejecutar las estrategias que permitan optimizar la calidad de nuestros procesos, productos y servicios para aumentar la satisfacción de nuestros clientes.

Optimizar los recursos, prevenir la contaminación, reducir los impactos ambientales y promover la protección de los ecosistemas a través de prácticas sostenibles en nuestras operaciones.

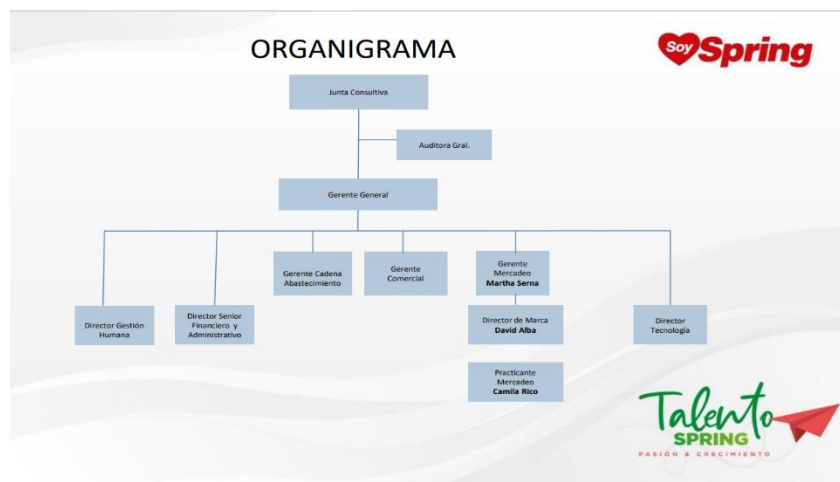
Seguir las políticas, lineamientos y controles establecidos en el Manual SAGRILAFT y en el Código de Ética Corporativo para garantizar la seguridad, la transparencia de las actividades y promover una cultura de no discriminación.

Mediante el establecimiento de objetivos, metas y programas, la evaluación y el control de los riesgos, así como el cumplimiento de requisitos legales vigentes y otros requisitos aplicables a la organización. Manteniendo colaboradores competentes y en constante desarrollo, orientados al trabajo en equipo.

2.6. Organigrama

Figura 2.

Organigrama Industrias Sping



Nota. Estructura organizacional del área administrativa en la empresa Industrias Spring.

3. Funciones del cargo

3.1. Actualización de BECH

Consiste en mantener actualizado un registro en Excel sobre la información de colchones y publicidad de la competencia. Cada dos meses, se recopila esta información y el ingreso al archivo para poder analizarla y estar al tanto de las tendencias del mercado. Esta tarea requiere atención al detalle y habilidades de organización, ya que es importante asegurarse de que toda la información esté completa y en el lugar correcto.

Figura 3.
BECH de colchones

IDENTIFICACION	GENERO	MARCA	REFERENCIA	PPV	PPV OPTIMO	PRECEDENTE CANTIDAD	INFO TIPO	INFO ALICIONADO	ALTEZA	ANCHO	TIPO	OTROS CARACTERISTICAS	PPV COMBO
1	RETAL	SPRING	Verde Basic	1.700.000	1.400.000	50%	Bonnet		28 cm	Stave	Jacquard	No tiene Pillow	
5	RETAL	PARABO	Indigo Multicolor	2.800.000	2.312.000	83%	Bonnet		24 cm + una capa de espuma de 27 (8 cm de esp.)			INDICACION DE MEDIO IN	
8	OLIVARIA	SPRING	Verde Basic	1.800.000	1.668.000	50%	Bonnet		28 cm	Stave	Jacquard	No tiene Pillow	No
20	PARABO	SPRING	Verde Basic	1.200.000	2.050.000	50%	Bonnet		27 cm	Medio	Jacquard anti-mano	Un Pillow	Si con almohadillas

Nota. BECH diligenciado del mes de mayo 2023.

3.2. Traslado del producto

Implica llevar a cabo un seguimiento desde el momento en que se hace un préstamo de algún prototipo de la planta hasta que se trae de regreso. Esta tarea implica coordinación con otros departamentos y habilidades de comunicación efectiva, ya que es importante asegurarse de que el producto se maneje de manera cuidadosa y se devuelva en las condiciones adecuadas.

3.3. Planificador y productor de contenido visual

Como creador de contenido para redes sociales, mi principal responsabilidad es la de planificar y producir contenido visual y de texto para las redes sociales de la empresa, en particular, Instagram y TikTok. Esto implica trabajar en colaboración con la agencia para crear libretos para los videos y fotos, así como producir imágenes creativas y atractivas que llamen la atención de los usuarios.

Figura 4.

Parrilla de contenido

CALENDARIO PUBLICACIONES INSTAGRAM - TEMPUR												
Semana	Día	Tipo de contenido	Objetivo	Plataforma (FB, IG, TK)	Historia	Feed	Carousel	Live	Reel / Video	Descripción	Hashtags	Indicaciones de diseño
SEMANA 1	Lunes	Video iniciación	Branding	INSTAGRAM	X				X	Video de tempur mostrado de manera imp...	#Tempurcomienza #Descanso #Sueña	Video de tempur presentación del banco de imágenes
	Martes	Un producto	Ventas	INSTAGRAM		X				Carousel de 3 imágenes mostrando y exp...	#Tempurcomienza #Descanso	imagen con descripción
	Miércoles	Tip / Consejo	Engagement	INSTAGRAM			X			Imagen donde se explique los beneficios...	#Tempurcomienza #Descanso	Debe llamar la atención
	Jueves	Promoción	Branding	INSTAGRAM	X					store con un producto en descuento	#Tempurcomienza #Descanso	Debe ser colorido y con animación
	Viernes	La tienda	Branding	INSTAGRAM	X					stores donde muestre el interior de una t...	#Tempurcomienza #Descanso	transiciones al grabar
	Sábado											
	Domingo	Filmes inspiracionales	Engagement	INSTAGRAM	X					"Deja tus sospechas a un lado y acoge la...	#Tempurcomienza #Descanso	store con animación del espacio
SEMANA 2	Lunes	Caja de preguntas	Engagement	INSTAGRAM	X					Pregunta ¿Cuál es tu problema más frec...	#Tempurcomienza #Descanso	store con música de tempur planeando
	Martes	Un producto	Ventas	INSTAGRAM		X				Carousel donde se muestren almohadas c...	#Tempurcomienza #Descanso	foto del producto y al lado descripción
	Miércoles											
	Jueves	Promoción	Ventas	INSTAGRAM	X			X		"Un colchón cómodo es el regalo perfecto	#Tempurcomienza #Descanso	store con una mamá con sus hijos, un regalo y la...
	Viernes											

Nota. Parrilla de contenido para el mes de junio 2023.

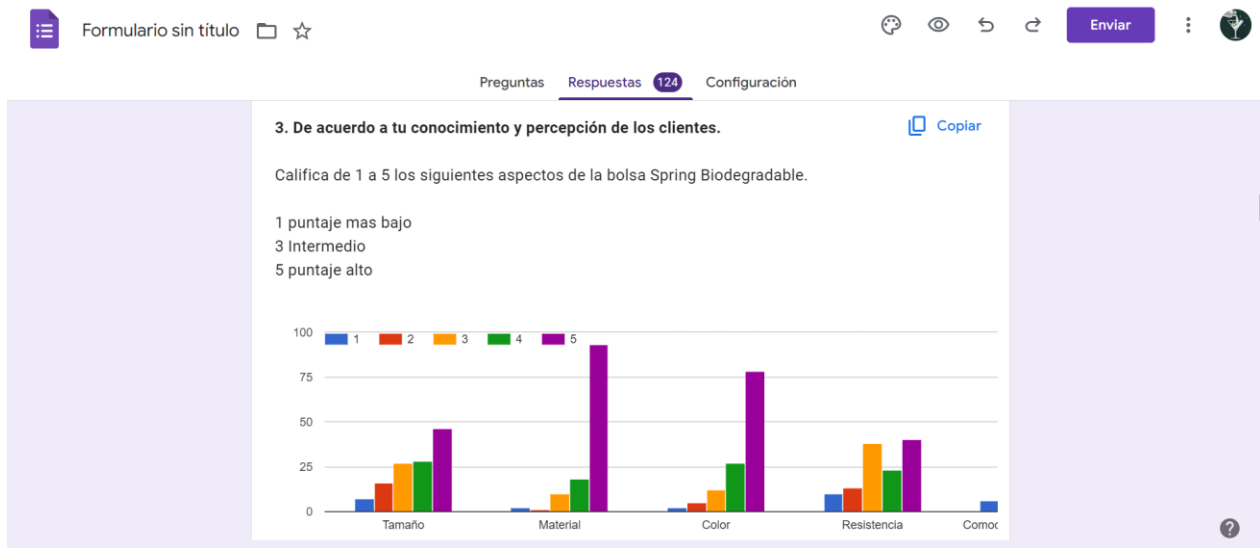
3.4. Estrategias de contenido

Además, como parte de mi trabajo, debo estar al tanto de las tendencias y novedades en el mercado de redes sociales, a fin de adaptar las estrategias de contenido para mantenernos siempre a la vanguardia y lograr una mayor interacción y alcance.

3.5. Actividades diarias

Otra de mis funciones es ayudar en tareas varias que surgen en el día a día de la empresa, como la actualización de directorios de tiendas, así como el envío de correos y la realización de llamadas para recopilar información variada de las tiendas por medio de encuestas de Google.

Figura 5.
Encuesta de Google



Nota. Encuesta realizada sobre bolsas biodegradables.

Figura 6.*Matriz DOFA Industrias Spring.*

	Descripción
D	La industria de los colchones es altamente competitiva, con numerosas marcas compitiendo por la atención del cliente.
O	El mercado de colchones sigue creciendo debido a la conciencia creciente sobre la importancia del sueño y el bienestar.
F	La marca tiene una sólida reputación por ofrecer productos confiables y confortables.
A	Tendencias de comercio electrónico: Si la empresa no se adapta a las tendencias de compra en línea, podría perder ventas ante competidores que sí lo hagan.

Nota. Matriz DOFA de la empresa Industrias Spring.

4. Plan de Mejora

Tabla 1.

Plan de mejora elaborado

Aspectos por mejorar	Metas	Acciones	Indicador	Recursos	Planeación
Ruta de las funciones del practicante en la empresa	Establecer de manera digital el manual de funciones del estudiante pasante de negocios.	1. Revisar cuales son las funciones dentro del área de mercadeo. 2. Crear un folleto con las funciones principales del practicante.	40%	Un folleto (1) guía de las funciones del pasante. Físico/Digital	Mayo
Perfil de Instagram TEMPUR	Tener un perfil en de la marca TEMPUR	1. Revisar la estética de TEMPUR de otros países para así seguir una misma línea 2. Creación de piezas y videos para el contenido 3. Publicación de contenido.	40%	Digital	Mayo
Creación de un BECH de IKEA	Con la llegada de la marca IKEA al país debemos estar al margen de sus productos y precios para así poder estar en una competencia equilibrada	1. Investigación de los productos con los cuales llega al mercado colombiano 2. Comparación de precios y calidad de los productos similares que produce y comercializamos 3. Plasmar información y presentar.	40%	Digital	julio

Tabla 1.
Continuación

<p>Directorio telefónico de tiendas Spring</p>	<p>Construir un Drive junto con los jefes regionales, este debe contener la información de cada tienda y así estar actualizando constantemente</p>	<p>1. Identificar los jefes regionales y enviar un correo exponiendo la idea. 2. Recopilar la información recibida en un Excel 3. se crea un drive el donde este el Excel (Directorio) y pueda compartirse con el personal de la empresa y solo los líderes podrán realizar los cambios a medida que sean requeridos</p>	<p>40%</p>	<p>Digital</p>	<p>Abril</p>
<p>Creación de un perfil en la red social TikTok.</p>	<p>Crear un perfil en TikTok que permita promocionar un producto, servicio, marca o contenido de manera efectiva y atractiva para el público objetivo.</p>	<p>1. Definir el objetivo del perfil. 2. Identificar al público objetivo 3. Investigar y recopilar información sobre TikTok 4. Crear y publicar contenido</p>	<p>40%</p>	<p>Digital</p>	<p>Agosto</p>

Nota. Esta tabla muestra el Plan de mejora planteado y desarrollado en Industrias Spring, en las casillas se especifica los aspectos a mejorar, el paso a paso, el porcentaje de ejecución, la forma de entrega y la fecha de entrega.

Figura 7.

Infografía Funciones de practicantes



Nota. Instructivo de actividades para próximos practicantes.

Figura 8.




Perfil de Instagram



Nota. Perfil de Instagram de TEMPUR

Figura 9.

BECH de colchones Marca IKEA

SURAMERICA											
IMAGEN (TAMAÑO DOBLE)	MARCA	REFERENCIA	PVP DOLARES	PVP PESO CHILENO	ALTURA	MATERIAL DE CONFORT	FIRMEZA	TELA	DOBLE CARA	OTRAS CARACTERISTICAS	GARANTIA
	IKEA	HAUGESUND	265.64	209.990	25CM	Poliuretano 25 kg/m3, Poliuretano 28 kg/m3	FIRME	64% algodón, 36% poliéster.	NO	Núcleo de resorte Pocket: Acero	10 años de garantía
	IKEA	HASVÅG	196.06	154.990	21CM	Poliuretano 25 kg/m3	MEDIA	64% algodón, 36% poliéster.	NO	Módulo de resorte Bonell: 100% poliéster., Acero, Espuma	10 años de garantía
	IKEA	HAUGSVÅR	341,54	269.990	28CM	Espuma viscoelástica de poliuretano	FIRME	64% algodón, 36% poliéster.	NO	Núcleo de resorte Pocket: Acero	10 años de garantía

Nota. BECH de la Marca IKEA en América.

Figura 10.

Directorio de tiendas Spring

Ci	CORREO	REGION	TIENDA	LIDER TIENDA	FONO FI	CELULAR	DIRECCION	CIUDAD	JEFE REGION	CELULAR	COORD
S20	almacs20@spring.com	BOGOTA SU	CLASSIC C.C.FACTORY AMERICAS LI	LEYDY MARCELA PAREDES MEN	7455414	3176651839	AV LAS AMERICAS No 62	BOGOTA	XIMENA MATALLAN	3163161709	MAURI
P25	almacp25@spring.com	BOGOTA SU	CLASSIC CC. MULTIPLAZA	MANUEL FELIPE VILLAMIL	6435113	3133439769	CLL 19A #72-57, centro d	BOGOTA	XIMENA MATALLAN	3163161709	MAURI
E32	almace32@spring.com	BOGOTA SU	ESSENTIAL C.C FACTORY AMERICAS	LEYDY MARCELA PAREDES MEN		3176651839	AV LAS AMERICAS No 62	BOGOTA	XIMENA MATALLAN	3163161709	MAURI
S26	almacs26@spring.com	BOGOTA SU	SPRING C.C. GRAN ESTACION	MEDINA GINA CAROLINA	6504951	3174337184	CRA 60 NO 24-09 LOCAL	BOGOTA	XIMENA MATALLAN	3163161709	MAURI
S24	almacs24@spring.com	BOGOTA SU	SPRING C.C. HAYUELOS	MATALLANA MATALLANA LUZ E	3546319	3174323349	CALLE 20 NO. 82 - 52 LOC	BOGOTA	XIMENA MATALLAN	3163161709	MAURI
S27	almacs27@spring.com	BOGOTA SU	SPRING C.C. PLAZA LAS AMERICAS	RIAPIRA ORTIZ MARYI LORENA	7430545	3174390171	CENTRO COMERCIAL PLA	BOGOTA	XIMENA MATALLAN	3163161709	MAURI
P31	almacp31@spring.com	BOGOTA SU	SPRING CENTRO MAYOR	TOLE CULMA YAHIRA	7442736	3174381898	CENTRO COMERCIAL CEN	BOGOTA	XIMENA MATALLAN	3163161709	EDWIN
E21	almace21@spring.com	BOGOTA SU	SPRING ESENCIAL C.C. MILENIO PLA	MONTOYA ANGELA	7409823	3176458453	CENTRO COMERCIAL ILE	BOGOTA	XIMENA MATALLAN	3163161709	EDWIN
E25	almace25@spring.com	BOGOTA SU	SPRING ESENCIAL PASEO VILLA DEL	SANDRA MAHECHA	8759021	3123053552	Dg. 57c Sur #62-60, Cdad	BOGOTA	XIMENA MATALLAN	316 3161709	EDWIN
E23	almace23@spring.com	BOGOTA SU	SPRING ESSENTIAL CENT MAYOR C1	PATIÑO BOLIVAR JOSE ESTEBAN	7342072	3176566200	CENTRO COMERCIAL CEN	BOGOTA	XIMENA MATALLAN	3163161709	EDWIN
E24	almace24@spring.com	BOGOTA SU	SPRING ESSENTIAL MERCURIO	CLAVIJO CRISTIAN ALEJANDRO	7269548	3174357621	CENTRO COMERCIAL ME	BOGOTA	XIMENA MATALLAN	3163161709	EDWIN
E13	almace13@spring.com	BOGOTA SU	SPRING ESSENTIAL SALTRE PLAZA	MABEL ALEJANDRA CUARAN	7460298	3232253156	CRA. 68B #24-39 LOCAL 2	BOGOTA	XIMENA MATALLAN	3163161709	MAURI
P24	almacp24@spring.com	BOGOTA SU	SPRING GRAN ESTACION II	MARIA DEL ROSARIO OLIVERA	7420193	3219739171	AC. 26 #62-47 LOCAL 118	BOGOTA	XIMENA MATALLAN	3163161709	MAURI
P30	almacp30@spring.com	BOGOTA SU	SPRING GRAN PLAZA SOACHA	GARCIA DANIEL	8400241	3223447429	CENTRO COMERCIAL AN	BOGOTA	XIMENA MATALLAN	3163161709	EDWIN
O25	almace25@spring.com	BOGOTA SU	SPRING OUTLET 1 MAYO	MAIGUEL DE JESUS YOSIMAR	3909608	3214314461	AV PRIMEDA DE MAYO 3	BOGOTA	XIMENA MATALLAN	3163161709	EDWIN
E22	almace22@spring.com	BOGOTA SU	SPRING OUTLET ALTAVISTA	BUITRAGO FABIO	4148357	3173646836	CENTRO COMERCIAL ALT	BOGOTA	XIMENA MATALLAN	3163161709	EDWIN
O01	almaco01@spring.com	BOGOTA SU	SPRING OUTLET AMERICAS	ROMERO GUTIERREZ WILMER A	4463185	3176406145	CARRERA 68 N° 4 B - 58	BOGOTA	XIMENA MATALLAN	3163161709	MAURI
O02	almaco02@spring.com	BOGOTA SU	SPRING OUTLET AMERICAS 2	EDWIN ORJUELA TRIVIÑO	7435226	3103398348	CALLE 11 NO 60 -93 LOC	BOGOTA	XIMENA MATALLAN	3163161709	MAURI

Nota. Directorio de tiendas Spring.

5. Impactos y limitaciones

Adquisición de habilidades y conocimientos: Durante mis prácticas profesionales, pude adquirir habilidades prácticas y conocimientos específicos relacionados con mi campo de estudio. Esto me permitió aplicar lo aprendido en un entorno real y desarrollar una comprensión más profunda de los conceptos teóricos.

Experiencia laboral relevante: Las prácticas profesionales me brindaron la oportunidad de obtener experiencia laboral relevante en el campo en el que me estoy formando. Esta experiencia fue invaluable para fortalecer mi currículum y aumentar mi empleabilidad.

Tiempo limitado: Como las prácticas profesionales generalmente tienen una duración determinada, a menudo hay limitaciones de tiempo para abordar proyectos o tareas específicas. Esto puede dificultar la profundización en determinados aspectos o completar proyectos de mayor envergadura.

Responsabilidades limitadas: Dependiendo del programa de prácticas y del nivel de experiencia, es posible que las responsabilidades asignadas sean limitadas en comparación con un empleado a tiempo completo. Esto puede afectar la amplitud de las tareas y proyectos en los que puedes participar.

6. Aportes de la empresa hacia a mi

Aprendizaje y formación continua: La empresa me proporcionó acceso a recursos de aprendizaje y capacitación relevantes para mi campo de estudio y área de trabajo. Participé en talleres, seminarios y cursos internos que me permitieron adquirir nuevas habilidades y conocimientos prácticos. También recibí orientación y mentoría de profesionales experimentados en la empresa, lo que enriqueció mi experiencia de aprendizaje.

Retroalimentación constructiva: La empresa me brindó una retroalimentación continua y constructiva sobre mi desempeño. A través de evaluaciones periódicas y reuniones de seguimiento, recibí comentarios detallados sobre mis fortalezas y áreas de mejora. Esta retroalimentación me permitió crecer y mejorar mis habilidades profesionales de manera significativa.

Networking y conexiones profesionales: Durante mis prácticas, tuve la oportunidad de establecer contactos y conexiones con profesionales de la empresa. Participé en eventos internos y externos donde pude interactuar con líderes y expertos de la industria. Estas conexiones fueron valiosas para mi crecimiento profesional y me brindaron oportunidades futuras.

Reconocimiento y apoyo: La empresa reconoció y valoró mi trabajo durante mis prácticas profesionales. Mis logros y contribuciones fueron reconocidos tanto en reuniones de equipo como en comunicaciones internas. Además, recibí el apoyo necesario para superar desafíos y cumplir con mis responsabilidades de manera efectiva.

7. Mis aportes a la empresa

8.

Mejora de la experiencia del cliente joven: Identifiqué áreas de oportunidad para mejorar la experiencia del cliente joven en la empresa. Propuse cambios en los procesos, enfoques de atención al cliente y estrategias de fidelización que se adaptaran a las necesidades y expectativas de este público objetivo.

Participación en la creación de contenido fresco y relevante: Colaboré con el equipo de marketing y comunicación en la creación de contenido original y atractivo para las redes sociales y otros canales digitales

9. Glosario

Bech: consiste en un trabajo coordinado de investigación y análisis profundo y sistematizado de las acciones que realiza la competencia de una empresa.

Networking: Es la actividad dedicada a la creación de una red de contactos de carácter profesional con el propósito de originar oportunidades laborales y de negocio con personas o empresas de nuestro sector, o que tengan una finalidad común.

TEMPUR: Es la marca especialista en colchones de alta gama, almohadas y accesorios de colchonería únicos.

Vanguardia: Se emplean comúnmente para designar aquello que se encuentra en primer lugar, o en la posición más avanzada, o adelantada con respecto a los otros

10. Conclusiones

En el transcurso de mis prácticas profesionales, he tenido la valiosa oportunidad de adentrarme en el mundo laboral y aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de mi formación académica. Durante este período, he experimentado un crecimiento significativo tanto a nivel personal como profesional.

Las prácticas me han permitido comprender la importancia de la colaboración y el trabajo en equipo en un entorno corporativo. He tenido la oportunidad de aplicar mis habilidades técnicas y de comunicación en situaciones del mundo real, lo que ha reforzado mi confianza en mi capacidad para enfrentar desafíos profesionales.

Además, he aprendido la importancia de la adaptación y la flexibilidad en un entorno laboral en constante cambio. La resolución de problemas, la toma de decisiones y la gestión del tiempo se han convertido en habilidades esenciales para mí, y estoy agradecido por la experiencia que he adquirido.

Mis prácticas profesionales han sido una etapa transformadora en mi viaje educativo y profesional. Agradezco a Industrias Spring por brindarme esta valiosa oportunidad y a todos mis mentores y compañeros de trabajo por su apoyo y orientación. Estoy emocionado por lo que el futuro me depara y estoy comprometido a seguir creciendo como profesional en mi campo elegido.

11. Referencias bibliográficas

Industrias Spring, C. (s. f.). Promoción Colchones y combos - Spring Precios de oferta. Promoción

Colchones y Combos - Spring Precios De Oferta. <https://www.colchonesspring.com.co/>

Industrias Spring, (s. f.). Tiendas abiertas. <https://www.colchonesspring.com.co/tiendas-abiertas>

Industrias Spring,, Corporativo. (2021). Blog oficial Colchones Spring.

<https://marca.colchonesspring.com.co/>

Industrias Spring, Corporativo. (2021a). Quiénes somos - Colchones Spring Corporativo.

<https://marca.colchonesspring.com.co/quienes-somos/>

Industrias Spring, C. (s. f.). Historia de fábrica de colchones Spring | ¡Conócenos! Colchones

Spring. <https://www.colchonesspring.com.co/links-interes/historia>