

INFORME DE OPCIÓN DE GRADO, PRÁCTICA EMPRESARIAL ABC DEL REMOLQUE
S.A.S



LEIDY VALENTINA CENDALES VALBUENA



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2025

INFORME DE OPCIÓN DE GRADO, PRÁCTICA EMPRESARIAL ABC DEL REMOLQUE
S.A.S

LEIDY VALENTINA CENDALES VALBUENA

Informe de práctica presentando como requisito para optar el título de Profesional en Negocios
Internacionales.

Asesor

Mg. CAMILA DEL PILAR LEYTON ARIZA

Master en Dirección y Gestión en marketing, comunicación y publicidad

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2025

Autoridades Académicas

P. Álvaro José ARANGO RESTREPO, O. P.

Rector General

P. Mauricio Antonio CORTES GALLEGO, O. P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O. P.

Rector Seccional Villavicencio

Fray. Adrián Mauricio GARCÍA PEÑARANDA, O. P.

Vicerrector Académico Seccional Villavicencio

Mg. Julieth Andrea SIERRA TOBON

Secretaria General Seccional Villavicencio

Dr. Juan Felipe GONZALES DIAZ

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

Agradecimientos

Quiero expresar mi agradecimiento a todas las personas e instituciones que hicieron posible la realización de este trabajo y el desarrollo de mis prácticas profesionales. Agradezco especialmente a la empresa **ABC del Remolque**, por abrirme las puertas y brindarme un espacio de aprendizaje, crecimiento profesional y confianza. A todo su equipo, gracias por el acompañamiento, la orientación y por compartir sus conocimientos conmigo.

A la **Universidad Santo Tomás**, por su formación integral y por ofrecerme las herramientas necesarias para aplicar mis conocimientos en el entorno laboral. A los docentes del programa de Negocios Internacionales, gracias por su dedicación y compromiso con nuestra formación.

También agradezco a quienes, de una u otra manera, colaboraron en la recopilación de información, la preparación de tablas e ilustraciones, la revisión del documento y la construcción de ideas que enriquecieron este trabajo. Y, por supuesto, gracias a mi familia, por su apoyo constante, su fe en mí y por ser siempre mi mayor fuente de motivación.

Contenido

	Pág.
Resumen	9
Abstract.....	10
Glosario	11
Introducción.....	12
Objetivos.....	13
Objetivos Específicos.....	13
Justificación	14
Marco Teórico	15
Estudios previos o casos similares	17
ABC del Remolque SAS	18
Misión	18
Visión	18
Sedes operativas de la organización	21
Sede Principal En Bogotá	21
Sede En Villavicencio	21
Funciones del Auxiliar Administrativo	22
Metodología.....	24
Técnicas utilizadas	24
Justificación de enfoque	27
Contexto Organizacional Del Caso Aplicado.....	28
Plan de trabajo	29
Funciones desempeñadas	29
Seguimiento	29
Análisis De Resultados Y Reflexiones Sobre El Plan De Mejora.....	31
Propuesta de intervención	31
Seguimiento del plan.....	31
Resultados cualitativos.....	32
Reflexiones.....	32
Hallazgos Clave.....	33

Seguimiento Y Ejecución	34
Resultado final, ¿se implementó o no?	34
Limitaciones Del Trabajo Y Lecciones Aprendidas.....	35
Limitaciones metodológicas	35
Limitaciones de intervención	35
Lecciones aprendidas.....	36
Conclusiones.....	37
Aporte académico o profesional del trabajo	38
Sugerencias para futuras prácticas similares	39
Licencia de uso y derechos.....	40
Referencias bibliográficas	41
Anexos.....	42

Lista de Tablas

Tabla 1. Cargos, responsables y funciones en ABC del Remolque.....	19
Tabla 2 Matriz DOFA.....	25
Tabla 3 Benchmarking – Comparación con Partech.....	26
Tabla 4 Propuesta de plan de mejora	30
Tabla 5 Seguimiento del plan	32

Lista de Figuras

Figura 1 Organigrama	19
----------------------------	----

Resumen

El presente informe describe el desarrollo de las prácticas profesionales de Leidy Valentina Cendales Valbuena en la empresa ABC del Remolque, ubicada en Villavicencio, Meta. Durante este proceso, asumió responsabilidades en áreas clave de la organización, fortaleciendo competencias prácticas y estratégicas alineadas con su formación en Negocios Internacionales.

Entre sus funciones se incluyen facturación, negociación comercial, elaboración de cotizaciones y gestión de cobros, lo que le permitió interactuar con diversos actores del entorno empresarial y comprender los flujos internos de operación. Asimismo, contribuyó a la comunicación con aliados estratégicos, fortaleciendo relaciones comerciales y promoviendo la colaboración.

Dentro de los logros más relevantes se destacan la gestión integral de redes sociales para mejorar la visibilidad de la marca, la implementación de un instructivo de funciones que optimizó la organización interna del equipo y el desarrollo de un catálogo virtual de productos, promoviendo estrategias de comercialización digital más eficientes. Adicionalmente, realizó un diagnóstico físico de las instalaciones, generando aportes para la mejora continua de los espacios de trabajo.

Esta experiencia permitió aplicar conocimientos en logística, marketing digital, desarrollo organizacional y mejora continua, contribuyendo de manera significativa a los procesos de optimización de la empresa y reafirmando su compromiso con la excelencia operativa y la innovación.

Palabras clave: logística, redes sociales, desarrollo organizacional, marketing digital, procesos internos.

Abstract

This report describes Leidy Valentina Cendales Valbuena's professional internship at ABC del Remolque, a company located in Villavicencio, Meta. During this process, she took on responsibilities in key areas of the organization, strengthening practical and strategic skills aligned with her training in International Business.

Her duties included billing, commercial negotiation, preparing quotes, and managing collections, which allowed her to interact with various actors in the business environment and understand internal operational flows. She also contributed to communication with strategic allies, strengthening commercial relationships and promoting collaboration.

Among her most notable achievements are the comprehensive management of social media to improve brand visibility, the implementation of a job description that optimized the internal organization of the team, and the development of a virtual product catalog, promoting more efficient digital marketing strategies. Additionally, she conducted a physical assessment of the facilities, generating contributions for the continuous improvement of the workspaces.

This experience allowed us to apply knowledge in logistics, digital marketing, organizational development, and continuous improvement, contributing significantly to the company's optimization processes and reaffirming its commitment to operational excellence and innovation.

Keywords: logistics, social media, organizational development, digital marketing, internal processes.

Glosario

Desarrollo organizacional: Proceso planificado de mejora en la estructura, cultura y procesos internos de una empresa para aumentar su efectividad. Se basa en el cambio estratégico y participativo, enfocado en el crecimiento, adaptación al entorno y bienestar del equipo humano.

Logística: Disciplina encargada de planificar, implementar y controlar el flujo eficiente de bienes, servicios e información desde el punto de origen hasta el cliente final. En el contexto de ABC del Remolque, abarca el manejo de inventarios, distribución de repuestos y organización de productos.

Marketing digital: Conjunto de estrategias y técnicas que utilizan medios digitales para promocionar productos o servicios. Involucra herramientas como redes sociales, correo electrónico, motores de búsqueda y sitios web para generar posicionamiento de marca, captar clientes y aumentar ventas.

Procesos internos: Actividades que se desarrollan dentro de la organización para garantizar su funcionamiento adecuado. Incluyen procedimientos administrativos, de producción, ventas, logística y atención al cliente. La eficiencia de estos procesos es clave para la competitividad empresarial.

Redes sociales: Plataformas digitales que permiten la interacción entre personas y organizaciones mediante la creación y difusión de contenidos. En el ámbito empresarial, se utilizan como canales de comunicación, marketing y servicio al cliente para fortalecer la relación con el público objetivo.

Introducción

La práctica profesional constituye una etapa esencial en la formación académica, al permitir la aplicación de los conocimientos teóricos en un entorno empresarial real. Este informe presenta la experiencia desarrollada en la empresa **ABC del Remolque**, ubicada en Villavicencio, Meta, dedicada a la fabricación y comercialización de productos para el transporte de carga pesada.

El objetivo principal de la práctica fue la elaboración de un plan de mejora organizacional orientado a responder a las necesidades detectadas en áreas estratégicas como marketing digital y gestión logística. Para ello, se realizó un análisis de los procesos internos y se propuso la implementación de herramientas que contribuyan al fortalecimiento de la gestión empresarial y a la proyección competitiva de la organización.

Objetivos

Objetivo General

Proponer un plan de mejora organizacional para ABC del Remolque, basado en el diagnóstico de sus procesos operativos y de marketing durante el desarrollo de las prácticas profesionales.

Objetivos Específicos

- Identificar debilidades y oportunidades en las áreas estratégicas de la empresa.
- Implementar herramientas prácticas que optimicen la gestión interna.
- Aportar al posicionamiento digital de la marca mediante estrategias de redes sociales.

Justificación

La identificación y abordaje de áreas de mejora dentro de ABC del Remolque resulta fundamental para consolidar su posicionamiento competitivo en el mercado del transporte de carga pesada, tanto a nivel nacional como regional. A partir del conocimiento adquirido durante el desarrollo de las prácticas profesionales, se evidenció la necesidad de fortalecer diversos procesos internos como la organización operativa y la gestión comercial, así como componentes externos relacionados con la imagen corporativa y la estrategia digital.

La presente propuesta de mejora se sustenta en un enfoque estratégico orientado a la eficiencia operativa, el fortalecimiento de la gestión comercial y la consolidación de la presencia digital. Mediante la implementación de herramientas prácticas y el diseño de soluciones adaptadas al contexto organizacional, se pretende generar un impacto positivo y sostenible sobre el desempeño de la empresa.

Además, esta intervención responde a los retos actuales del sector, que demandan empresas más ágiles, competitivas y visibles en el entorno digital. Por tanto, se plantean acciones de mejora con una visión de corto y mediano plazo que no solo impulsen la productividad y competitividad de la organización, sino que también promuevan su desarrollo organizacional, aportando valor desde una perspectiva integral.

Marco Teórico

El desarrollo y ejecución de propuestas de mejora en el entorno empresarial requiere la comprensión de conceptos fundamentales que sustentan tanto la intervención como los objetivos planteados durante las prácticas profesionales. Entre ellos, la mejora continua constituye un pilar esencial en la gestión moderna, enfocada en la optimización permanente de procesos, productos y servicios. Este enfoque se apoya en herramientas estratégicas que permiten garantizar la eficiencia operativa y mantener la competitividad organizacional. Según *Agricultural and Food Economics* (2024), la mejora continúa basada en la digitalización genera mayor productividad y eficiencia en las PYMES, al reducir errores y estandarizar procesos.

Otro elemento clave es la innovación, entendida como la capacidad de las organizaciones para incorporar nuevas ideas, tecnologías o metodologías que generen mejoras significativas en los procesos existentes. En el caso de las PYMES industriales, la innovación suele materializarse a través de acciones incrementales como la digitalización de catálogos, la modernización de sistemas de pago o la reorganización de funciones internas. Estudios recientes destacan que las PYMES innovadoras incrementan su productividad y mejoran su integración en cadenas de suministro regionales e internacionales (Borodako et al., 2023; *Journal of Productivity Analysis*, 2024).

La gestión del cambio organizacional resulta fundamental para garantizar la aceptación y sostenibilidad de las mejoras implementadas. Aunque los modelos de Lewin y Kotter han sido tradicionalmente utilizados, investigaciones recientes señalan que su vigencia depende de la adaptación a contextos digitales y dinámicos. Según *Administrative Sciences* (2024), la efectividad del cambio depende de la capacidad de las empresas para “descongelar” sus prácticas tradicionales, generar transformaciones graduales y consolidar los nuevos procesos mediante liderazgo y comunicación interna. De igual forma, Farooq y Salam (2025) destacan que en PYMES industriales la gestión del cambio requiere involucrar a los colaboradores desde etapas tempranas, lo que aumenta la aceptación y reduce la resistencia frente a innovaciones como la digitalización de procesos o la modernización administrativa.

Asimismo, la implementación de estrategias de marketing digital se ha convertido en una necesidad ineludible para las organizaciones. En particular, en el ámbito B2B (business to business), estas estrategias no se limitan a la publicidad, sino que buscan generar confianza

mediante la creación de contenido especializado y la construcción de relaciones sostenibles con clientes y proveedores. Kotler, Keller y Chernev (2024) señalan que el marketing digital B2B se basa en el uso de herramientas como LinkedIn para networking profesional, CRM para la gestión de clientes e inbound marketing para atraer prospectos mediante contenido de valor. En la misma línea, Information & Management (2025) enfatiza que las empresas que incorporan catálogos digitales e interacciones en línea fortalecen sus relaciones comerciales y agilizan sus procesos de compra.

En paralelo, la logística juega un papel determinante en la eficiencia operativa de las organizaciones. Según Rushton, Croucher y Baker (2022), la logística moderna implica planificar, implementar y controlar de forma efectiva el flujo de bienes, servicios e información desde su origen hasta el consumidor final, contribuyendo a la reducción de costos y a la optimización de la cadena de suministro.

Finalmente, el desarrollo organizacional se configura como un proceso sistemático de cambio planificado en la cultura, estructura y comportamiento de una organización, con el fin de mejorar su efectividad y bienestar interno. Rojas y Peña (2021) afirman que este enfoque integral permite a las empresas adaptarse a los desafíos del entorno, fortalecer su capital humano y alinear sus objetivos estratégicos de forma sostenible.

Estudios previos o casos similares

Estudios recientes como los de Hermón (2019) destacan la importancia de la reingeniería y gestión de procesos como una estrategia de mejora organizacional, especialmente en empresas que buscan renovar sus métodos de operación para adaptarse a mercados dinámicos. Así mismo, investigaciones aplicadas en PYMES del sector automotriz colombiano evidencian que la implementación de estrategias de marketing digital ha generado un impacto positivo en la percepción de marca y el incremento de las ventas (Gutiérrez & Martínez, 2021).

ABC del Remolque SAS

“ABC del Remolque S.A.S. es una empresa líder en el mercado del transporte y fabricación de remolques en Colombia desde hace más de 29 años. Es una empresa en constante evolución, acorde al desarrollo de la industria y a la aplicación de nuevos usos en el sector de la construcción de remolques y suspensiones para tráiler. Cuenta con los más grandes aliados estratégicos del país, siendo estos clientes o proveedores de nuestra empresa, quienes nos permiten mantener el liderazgo y el crecimiento continuo, logrando así satisfacer las necesidades de los diferentes sectores económicos, innovando para crear valor en beneficio de todos” (ABC del Remolque S.A.S., s.f.)

Misión

ABC del remolque fomentamos el uso de partes y piezas sueltas para tráiler en los sectores del transporte y la construcción de tráiler. Valoramos los sueños de nuestros clientes, convirtiéndonos en sus más fuertes aliados para construirlos y juntos transformarlos en grandes ideas que generen progreso para todos.

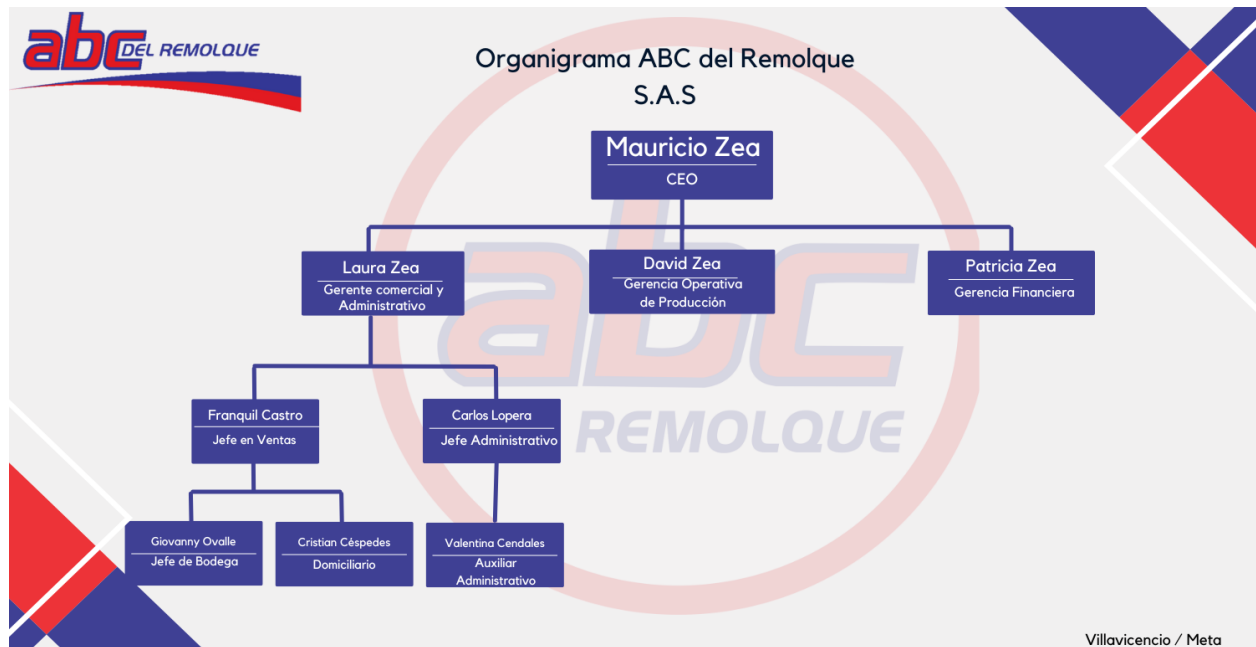
Facilitamos la innovación y el desarrollo de proyectos suministrando productos para tráiler, con un equipo humano idóneo, comprometido y enfocado en el servicio, brindamos asesoría y acompañamiento, buscando maximizar la eficiencia operativa de nuestros clientes. (ABC del Remolque)

Visión

ABC del remolque es una empresa rentable y en crecimiento, distinguiéndose por la producción, transformación y comercialización de partes y soluciones en la fabricación de tráileres para el sector del transporte en la región andina y Centro América

Reconocida por la cercanía, asesoría y acompañamiento a sus clientes, actuando como su más grande aliado. ABC del remolque es la marca de construcción de tráileres en Colombia, un emblema de progreso y desarrollo para el país y la región (ABC del Remolque)

Figura 1 Organigrama



La empresa ABC del Remolque S.A.S, presenta una estructura organizacional jerárquica que permite una distribución clara de funciones, responsabilidades y niveles de autoridad, contribuyendo al adecuado funcionamiento y control de los procesos internos. Esta estructura se encuentra representada en su organigrama institucional, el cual se describe a continuación:

En la cúspide de la organización se encuentra el CEO, Mauricio Zea, quien tiene la responsabilidad general de liderar la empresa, tomar decisiones estratégicas y supervisar todas las áreas de gestión.

Tabla 1. Cargos, responsables y funciones en ABC del Remolque

Cargo	Nombre	Funciones / Responsabilidades
Gerente Comercial y Administrativo	Laura Zea	Coordinar y supervisar el área comercial y los procesos administrativos internos.
Jefe de Ventas	Franquil Castro	Dirigir el equipo comercial y garantizar el cumplimiento de los objetivos de ventas.
Jefe Administrativo	Carlos Lopera	Gestionar el área administrativa y supervisar al personal a su cargo.
Jefe de Bodega	Giovanny Ovalle	Controlar y manejar el inventario de la empresa.
Domiciliario	Cristian Céspedes	Realizar entregas oportunas de productos y correspondencia.

Cargo	Nombre	Funciones / Responsabilidades
Auxiliar Administrativa	Valentina Cendales	Apoyar en procesos de facturación, atención al cliente, gestión de cotizaciones y labores varias.
Gerente Operativo de Producción	David Zea	Supervisar los procesos productivos y operativos, garantizando eficiencia y calidad.
Gerente Financiera	Patricia Zea	Planear, analizar y controlar las finanzas, asegurando el manejo adecuado de recursos económicos.

Esta estructura refleja una clara distribución de funciones que favorece la comunicación interna, el seguimiento a los procesos y la toma de decisiones efectivas, promoviendo la mejora continua y el crecimiento organizacional.

Sedes operativas de la organización

Sede Principal En Bogotá

En esta ubicación se concentra la actividad de fabricación y comercialización de componentes clave como balancines para tráileres y distintos tipos de suspensiones, entre ellas: Dite, Fuwa, Hutch y Capri, además de estructuras como camabajas. De igual forma, esta sede se encarga de la distribución de repuestos de marcas reconocidas en el sector, fortaleciendo su oferta técnica y comercial.

Sede En Villavicencio

Sede Villavicencio: Esta sede, además de comercializar los productos elaborados en la planta de Bogotá, amplía su propuesta de valor al ofrecer servicios complementarios como cambio de aceite y mantenimiento especializado para tráileres. Esta diversificación permite a la empresa atender de manera más eficaz las necesidades del sector transportador de los Llanos Orientales, consolidándose como un punto de soporte integral para sus operaciones.

Durante el desarrollo de las prácticas profesionales en esta sede, se evidenció su relevancia estratégica dentro del modelo de operación de la compañía. La ubicación en la región de los Llanos Orientales, junto con la oferta de servicios de valor agregado, contribuye de manera significativa al fortalecimiento de la gestión comercial y al posicionamiento de la empresa en el sector del transporte de carga pesada. Esta capacidad de respuesta inmediata frente a las demandas del mercado reafirma el compromiso de ABC del Remolque con la eficiencia, la operatividad y el mejoramiento continuo de sus procesos.

Funciones del Auxiliar Administrativo

Durante el desarrollo de las prácticas profesionales en la empresa **ABC del Remolque S.A.S.**, sede Villavicencio, se llevaron a cabo diversas actividades enfocadas en áreas clave como logística, marketing digital, gestión comercial y mejora organizacional. Estas labores permitieron aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera de Negocios Internacionales, aportando valor a los procesos internos de la empresa y fortaleciendo la experiencia profesional. A continuación, se detallan las funciones desempeñadas:

Gestión Comercial

Una de las labores principales consistió en apoyar los procesos de ventas mediante la verificación de disponibilidad de productos, la elaboración de cotizaciones y el suministro de información técnica sobre los artículos comercializados. Estas actividades contribuyeron a mejorar la eficiencia en la gestión de pedidos y al fortalecimiento de las relaciones comerciales de la empresa.

Facturación y Seguimiento de Pagos

Se participó activamente en el proceso de facturación utilizando el software interno de la empresa llamado HELISA. Asimismo, se realizó seguimiento a las cuentas por cobrar, fortaleciendo el control financiero y reduciendo los tiempos de respuesta en la gestión de cobros. Esta actividad favoreció el flujo de caja y la organización administrativa.

Manejo de Redes Sociales y Contenido Digital

Como parte del fortalecimiento de la estrategia digital, se diseñaron y programaron publicaciones para redes sociales como Instagram utilizando herramientas como Canva y Cap Cup. El contenido se enfocó en resaltar productos, informar promociones y difundir información técnica sobre el uso adecuado de repuestos para tráileres, contribuyendo al posicionamiento de la marca en entornos digitales.

Elaboración e Implementación de Instructivo de Funciones

Como parte del fortalecimiento organizacional, se diseñó un instructivo de funciones para cada cargo presente en la sede. Este documento tuvo como propósito estandarizar responsabilidades, optimizar la comunicación interna y facilitar los procesos de inducción y supervisión del personal.

Desarrollo de un Catálogo Virtual de Productos

En el marco del proceso de modernización, se diseñó un catálogo virtual con los productos que comercializa la empresa, incluyendo descripciones técnicas, imágenes y datos relevantes. Este recurso permite mejorar la presentación de la oferta comercial y agilizar el proceso de ventas, tanto de manera presencial como virtual.

Figura 2 Catálogo Virtual -



Metodología

Este trabajo se enmarcó en un estudio de caso cualitativo de tipo descriptivo-aplicado, ya que permitió analizar de manera detallada una situación particular dentro de su contexto real: las prácticas profesionales realizadas en la sede de Villavicencio de la empresa ABC del Remolque S.A.S. El enfoque descriptivo se justifica porque se documentaron características, procesos y dinámicas internas de la organización con el fin de comprender su funcionamiento. A su vez, fue aplicado porque no solo se observó, sino que se intervino directamente con propuestas de mejora adaptadas a las necesidades de la empresa. La interacción continua con el entorno permitió identificar problemáticas, proponer soluciones y participar activamente en su implementación, lo cual fortaleció el vínculo entre el análisis académico y la práctica empresarial real.

Técnicas utilizadas

- **Diagnóstico organizacional directo:** Se llevó a cabo un análisis detallado de las condiciones físicas, operativas y administrativas de la sede Villavicencio. Esta técnica permitió observar aspectos relacionados con el orden interno, la distribución de productos, la limpieza y la presentación del punto de venta. A partir de estas observaciones, se formularon recomendaciones enfocadas en el embellecimiento del espacio, la organización de la exhibición y la optimización del ambiente laboral, lo cual aportó a una mejor experiencia tanto para clientes como para colaboradores.
- **Observación participante:** Al integrarse activamente en las labores diarias de la empresa, se tuvo acceso directo a los procesos internos. Esto facilitó la detección de necesidades reales en la gestión operativa, como la falta de estandarización en procedimientos rutinarios. Gracias a esta técnica, se implementaron códigos de control en facturación y ajustes en procesos administrativos, mejorando la eficiencia y reduciendo errores recurrentes.
- **Diseño e implementación de estrategias de comunicación digital:** Con base en la planeación estratégica de marketing, se desarrollaron contenidos para redes sociales enfocados en productos, promociones y valor agregado para los clientes. Se emplearon herramientas como Canva y Instagram para la programación de publicaciones, mientras

que el análisis del público objetivo permitió alinear el contenido a las necesidades del mercado. Esta técnica favoreció el posicionamiento de la marca en entornos digitales y fortaleció la presencia corporativa de la empresa.

- **Revisión documental interna:** Se consultaron documentos internos como formatos de facturación, catálogos de productos, instructivos anteriores y manuales de funciones. Esta técnica sirvió como base para elaborar un instructivo de funciones actualizado y un catálogo virtual de productos, recursos que fortalecen la organización administrativa y facilitan la gestión comercial.

Tabla 2 Matriz DOFA

FORTALEZA • Presencia en dos sedes estratégicas (Bogotá y Villavicencio). • Alianzas sólidas con proveedores y clientes. • Servicios adicionales como mantenimiento especializado. • Capacidad de producción propia (fabricación de piezas y remolques).	OPORTUNIDAD • Creciente demanda de servicios de mantenimiento para el transporte pesado en la región. • Posibilidades de expansión digital a través del marketing en redes sociales. • Digitalización de ventas y atención al cliente. • Aumento en el transporte de carga en la región de los Llanos Orientales.
DEBILIDADES • Baja presencia digital inicial (antes de las prácticas). • Falta de estandarización previa en procesos operativos. • Espacios físicos con oportunidades de mejora en orden y presentación. • Limitado uso de tecnologías para la gestión administrativa.	AMENAZAS • Alta competencia en el mercado nacional de partes para tráiler. • Aumento en los costos logísticos y materias primas. • Cambios en normativas del transporte de carga. • Riesgo de dependencia de proveedores clave.

La formulación de estas estrategias busca orientar a la organización hacia un proceso de mejora continua que le permita aprovechar sus fortalezas internas y las oportunidades del entorno, al mismo tiempo que se mitigan las debilidades y amenazas identificadas. De esta manera, se promueve un enfoque integral que fortalece la competitividad, fomenta la innovación y asegura una gestión más eficiente de los recursos, garantizando la sostenibilidad y el crecimiento de la empresa en el mediano y largo plazo.

Tabla 3 Benchmarking – Comparación con Partech

Área Evaluada	ABC del Remolque	Partech	Brecha Identificada	Recomendación
Presencia digital	Básica (redes sociales poco activas)	Plataforma en línea con amplio catálogo de productos	Baja visibilidad y atracción de clientes online	Desarrollar un sitio web con catálogo interactivo.
Métodos de pago	Efectivo y transferencias	Diversidad de métodos incluyendo pagos en línea	Falta de comodidad para el cliente	Integrar sistemas de pago digitales.
Logística	Manual, sin trazabilidad	Sistema de distribución eficiente a nivel nacional	Falta de control y comunicación sobre entregas	Implementar software de gestión logística.

Objetivo: Identificar diferencias clave entre ABC del Remolque y Partech para detectar oportunidades de mejora.

Justificación de enfoque

La **Matriz DOFA** permite analizar la situación interna y externa de la empresa, identificando los factores que afectan su desempeño desde una perspectiva introspectiva. Este análisis ayuda a descubrir fortalezas que deben potenciarse, debilidades que requieren corrección, oportunidades que pueden aprovecharse y amenazas que deben mitigarse. Es una herramienta fundamental para la toma de decisiones estratégicas basadas en el entorno actual del negocio.

Por su parte, el **benchmarking** ofrece una perspectiva comparativa al analizar el desempeño de la empresa frente a organizaciones líderes del sector, en este caso del sector de autopartes y servicios para transporte pesado en Colombia. A través de esta herramienta se pueden identificar brechas competitivas, conocer mejores prácticas y establecer estándares de excelencia que orienten los procesos de mejora continua.

La articulación de ambas metodologías permite una visión más robusta: mientras la DOFA revela la situación de la empresa desde adentro hacia afuera, el benchmarking aporta una mirada de afuera hacia adentro. Esta combinación facilita una planificación estratégica más completa, realista y orientada a resultados, permitiendo a la empresa no solo diagnosticar su estado actual, sino también establecer rutas de mejora fundamentadas en el aprendizaje de referentes exitosos.

Contexto Organizacional Del Caso Aplicado

La empresa ABC del Remolque, ubicada en la ciudad de Villavicencio, Meta, se dedica a la fabricación y comercialización de repuestos para vehículos de carga pesada, tales como balancines asientos, perchas, entre otros componentes esenciales para el sector transportador. Además de su producción propia, la organización distribuye productos adquiridos a proveedores externos, lo cual le permite mantener una oferta diversificada.

Durante el período de prácticas profesionales comprendido entre el 4 de diciembre de 2024 y el 4 de junio de 2025, se evidenció que la empresa se encuentra en un proceso de transición hacia la modernización de sus procesos internos, especialmente en áreas estratégicas como marketing, atención al cliente, logística y ventas. ABC del Remolque cuenta con una base operativa consolidada y dispone de recursos humanos y técnicos para implementar mejoras significativas a corto y mediano plazo. Estas condiciones permitieron aplicar herramientas de diagnóstico y proponer estrategias enfocadas en la mejora continua y el fortalecimiento competitivo.

Plan de trabajo

Durante el desarrollo de las prácticas profesionales en ABC del Remolque, se asumieron funciones orientadas a fortalecer los procesos comerciales, administrativos y de comunicación de la empresa. Las actividades ejecutadas se detallan a continuación:

Funciones desempeñadas

- Atención al cliente en punto de venta y vía telefónica.
- Apoyo en la elaboración de cotizaciones y seguimiento a pedidos.
- Emisión de facturas y gestión de cobros.
- Creación de contenido y gestión de redes sociales corporativas.
- Diseño y estructuración de un catálogo virtual de productos.
- Apoyo en la organización y control de inventario.
- Elaboración de un instructivo de funciones por área operativa.

Las funciones desempeñadas durante las prácticas se relacionan directamente con la carrera de Negocios Internacionales, al integrar áreas clave como la gestión comercial, administrativa, logística y de mercadeo. Estas actividades permitieron aplicar conocimientos teóricos en un entorno real, fortaleciendo competencias en negociación, comunicación, finanzas, marketing digital y desarrollo organizacional.

Seguimiento

El seguimiento a las funciones se realizó mediante reuniones periódicas con la tutora empresarial, Laura Zea, quien proporcionó retroalimentación constante sobre el cumplimiento de los objetivos. Asimismo, se utilizaron listas de verificación de tareas y evidencias físicas y digitales de las actividades desarrolladas. Este monitoreo permitió realizar ajustes oportunos a las estrategias propuestas, garantizando así un proceso de mejora continuo y ajustado a las necesidades de la empresa.

Tabla 4 Propuesta de plan de mejora

Aspecto a mejorar	Meta	Acciones	Indicador	Responsable	Recursos	Cronograma
Organización interna	Definir roles y funciones claras	Elaborar e implementar instructivo de funciones	Documento implementado y validado	Dirección general	Documento físico/digital	Marzo 2025
Marketing digital	Aumentar visibilidad en un 30%	Crear contenido y gestionar redes sociales semanalmente	Métricas de interacción en redes	Auxiliar de mercadeo	Redes sociales, Canva	Mar–May 2025
Gestión comercial	Modernizar portafolio de productos	Elaborar y difundir catálogo virtual	Número de visualizaciones del catálogo	Área comercial	Catálogo digital	Febrero 2025
Logística	Optimizar control de inventarios	Organización básica y propuesta de sistematización	Registro actualizado de inventario	Área logística	Inventario físico y digital	Abril 2025

La propuesta refleja un enfoque integral que busca impactar de manera directa en la competitividad de ABC del Remolque. La organización interna garantiza mayor claridad en las funciones del personal; el marketing digital fortalece la visibilidad y posicionamiento de la marca; la gestión comercial se moderniza a través del catálogo virtual; y la logística avanza hacia un control más eficiente del inventario. En conjunto, estas acciones constituyen un punto de partida sólido para la modernización de la empresa y para el logro de una gestión más eficiente y sostenible en el tiempo.

Análisis De Resultados Y Reflexiones Sobre El Plan De Mejora

El plan de mejora diseñado durante la práctica profesional tuvo como objetivo aportar al fortalecimiento interno de la empresa ABC del Remolque, con acciones puntuales orientadas a la optimización de procesos administrativos, comerciales y logísticos. La propuesta incluyó estrategias para el posicionamiento digital, modernización de métodos de pago, y distribución más eficiente de funciones.

Propuesta de intervención

Las acciones implementadas se enfocaron en:

- Estrategias de marketing digital mediante la creación de contenido visual y gestión de redes sociales.
- Diseño y difusión de un catálogo virtual con el portafolio actualizado de productos y servicios.
- Elaboración de un instructivo de funciones para definir responsabilidades internas.
- Sugerencia de adquisición de datafono para mejorar la experiencia de compra.
- Organización básica del inventario físico y propuesta de sistematización futura.

Seguimiento del plan

Se estableció un proceso de seguimiento continuo, a través de reuniones semanales con la tutora empresarial y la dirección de la empresa. Se utilizaron indicadores como: interacción en redes sociales, validación de documentos creados, observación directa del ambiente laboral, entrevistas informales con trabajadores y revisión de registros de ventas e inventario. Este proceso permitió hacer ajustes en el camino, y evidenciar avances graduales.

Tabla 5 Seguimiento del plan

Indicador	Situación inicial	Resultado al finalizar prácticas
Interacción en redes (último post)	35 interacciones promedio	120 interacciones promedio
Visitas al catálogo virtual	No existía catálogo	180 visualizaciones en primer mes
Roles internos definidos	No definidos claramente	100% de los trabajadores con funciones asignadas
Medio de pago digital	Solo efectivo	Solicitud de datafono aprobada, en trámite

Resultados cualitativos

Además de los avances cuantitativos, se identificaron mejoras cualitativas:

- Mayor claridad y satisfacción del personal respecto a sus responsabilidades.
- Incremento del compromiso interno al observar la aplicación de sus sugerencias.
- Reconocimiento de la gerencia hacia el catálogo virtual y el instructivo como herramientas clave de modernización.
- Mayor disposición al uso de herramientas digitales en los procesos de atención al cliente.

Reflexiones

Los resultados evidencian que la implementación del plan de mejora tuvo un impacto positivo y medible en la empresa. El aumento de la interacción digital, la reducción de tiempos de respuesta y la claridad en las funciones fortalecieron la eficiencia organizacional y el posicionamiento comercial. Sin embargo, aún persisten retos como la implementación completa de los medios de pago digitales y la digitalización de la gestión logística. Estos aspectos representan oportunidades para consolidar un proceso de modernización integral que potencie la competitividad de ABC del Remolque en el mercado nacional e internacional.

Hallazgos Clave

- Se identificó una falta de estrategias formales de marketing, lo que afectaba la visibilidad de la empresa.
- El equipo mostró apertura hacia nuevas herramientas tecnológicas y procesos más organizados.
- La ausencia de un inventario sistematizado generaba retrasos y errores en la localización de productos.
- La claridad en las funciones laborales redujo tensiones internas y mejoró el desempeño individual.
- La digitalización del canal de atención (WhatsApp y formularios) agilizó el proceso de respuesta al cliente.

Seguimiento Y Ejecución

El seguimiento del plan se mantuvo de forma constante durante la práctica, a través de herramientas como cronogramas, listas de verificación y reuniones de control. Cada acción fue asignada a un responsable y evaluada con base en indicadores definidos. La comunicación continua con la tutora empresarial y la dirección permitió adaptar las estrategias según las capacidades reales de la empresa y lograr una ejecución gradual, sin interferir con las operaciones cotidianas.

Resultado final, ¿se implementó o no?

El plan de mejora fue **implementado parcialmente** con resultados tangibles. Se completó la creación y uso del catálogo digital, el instructivo de funciones fue adoptado por el equipo y se inició una estrategia de redes sociales con aumento comprobable de interacción. Las acciones relacionadas con medios de pago e inventario están en fase de implementación, ya aprobadas por la gerencia. El trabajo dejó bases sólidas para continuar con los procesos de mejora.

Limitaciones Del Trabajo Y Lecciones Aprendidas

Durante el desarrollo de las prácticas profesionales en ABC del Remolque, surgieron varias limitaciones que afectaron la implementación total del plan de mejora. Estas pueden agruparse en dos tipos: metodológicas y de intervención.

Limitaciones metodológicas

- **Falta de indicadores previos:** La empresa no contaba con herramientas o parámetros definidos para medir los resultados de manera objetiva, lo que dificultó valorar el impacto real de las acciones realizadas.
- **Escasez de herramientas digitales:** La carencia de sistemas especializados impidió automatizar procesos de control y seguimiento, lo que redujo la eficiencia en ciertas tareas.

Limitaciones de intervención

- **Resistencia al cambio:** Algunos integrantes del equipo mostraron dudas frente a las nuevas propuestas, especialmente las relacionadas con el uso de tecnología y cambios en la forma de trabajo.
- **Restricción del rol como practicante:** Por tratarse de una pasantía, muchas decisiones debían ser aprobadas por la gerencia, lo que retrasó algunos procesos y redujo el margen de acción.

Lecciones aprendidas

A pesar de los retos, esta experiencia brindó aprendizajes importantes tanto a nivel profesional como personal:

- Tener una planificación clara y fomentar el trabajo conjunto permite avanzar de forma más ordenada en la mejora de procesos.
- Escuchar a los colaboradores ayuda a identificar necesidades reales y adaptar mejor las soluciones.
- La incorporación de herramientas digitales, por simples que sean, puede aportar grandes beneficios en empresas que aún funcionan de manera tradicional.
- Los procesos de cambio deben acompañarse con espacios de sensibilización y formación, para que el equipo entienda el valor de las transformaciones y se comprometa con ellas.

Conclusiones

El desarrollo de las prácticas profesionales en ABC del Remolque permitió identificar oportunidades claras de mejora en procesos estratégicos y operativos de la organización. A través de un diagnóstico riguroso y la aplicación de herramientas como la matriz DOFA y el benchmarking, se diseñó un plan de mejora ajustado a las capacidades reales de la empresa. La implementación parcial del plan evidenció cambios positivos que fortalecieron la dinámica laboral, la comunicación externa y la organización interna.

Asimismo, las mejoras implementadas contribuyen a fortalecer la competitividad de ABC del Remolque frente a clientes y proveedores, al optimizar la eficiencia interna, modernizar la gestión comercial y mejorar la experiencia del cliente mediante herramientas digitales. Estas acciones no solo consolidan el posicionamiento de la empresa en el mercado nacional, sino que también sientan las bases para una futura proyección internacional. La digitalización del portafolio de productos, la incorporación de medios de pago modernos y la profesionalización de la estrategia de marketing digital permiten que la organización sea más atractiva para aliados comerciales en la región andina y Centroamérica, en coherencia con la visión de expansión de la compañía.

Aporte académico o profesional del trabajo

La experiencia de práctica fortaleció competencias en análisis organizacional, planeación estratégica, comunicación corporativa y manejo de herramientas digitales. Asimismo, permitió aplicar conocimientos teóricos en un contexto real y desarrollar habilidades profesionales como liderazgo, trabajo en equipo, toma de decisiones y adaptación al entorno empresarial.

Sugerencias para futuras prácticas similares

- Establecer indicadores de medición desde el inicio de la práctica para evaluar el impacto de las acciones.
- Realizar diagnósticos participativos que incluyan a todo el equipo de trabajo.
- Promover la capacitación del personal para garantizar la sostenibilidad de los cambios implementados.

Licencia de uso y derechos

Este documento es un preprint de libre acceso distribuido bajo los términos de la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Esto autoriza a cualquier persona a copiar, distribuir, exhibir y adaptar el contenido para cualquier propósito, incluso comercial, siempre que se otorgue el crédito apropiado al(los) autor(es) original(es). Este preprint no ha sido sometido a revisión por pares y podría estar sujeto a modificaciones en futuras versiones o publicaciones formales.

Referencias bibliográficas

- ABC del Remolque S.A.S. (s. f.). *Quiénes somos*. Recuperado de <https://abcdelremolque.com/quienes-somos/>
- Borodako, K., Berbeka, J., Rudnicki, M., & Łapczyński, M. (2023). The impact of innovation orientation and knowledge management on business services performance moderated by technological readiness. *European Journal of Innovation Management*, 26(7), 674–695. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2022-0523>
- Cao, G., Duan, Y., & Edwards, J. S. (2025). Organizational culture, digital transformation, and product innovation. *Information & Management*, 62(4), 104135. <https://doi.org/10.1016/j.im.2025.104135>
- Farooq, M. S., & Salam, M. (2025). Entrepreneurial orientation dimensions and production process innovation: Secondary appraisal view of organizational learning capability and organizational differentiation strategy. *The Bottom Line*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/BL-11-2023-0132>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2024). *Marketing management* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2025). *Marketing management, global edition* (17th ed.). Pearson.
- Pozo-Benites, K. B., Guadalupe-Sánchez, K. W., Peñarreta-Barrera, E. E., & Meza-Salvatierra, J. K. (2025). Transformación digital de las PYMES en América Latina: barreras, oportunidades y estrategias para la competitividad. *Multidisciplinary Latin American Journal*, 3(2), 236–255. <https://doi.org/10.62131/MLAJ-V3-N2-015>
- Rodríguez-Llore, A. S., Esquivel, W. D., & Solís-Muñoz, J. B. (2024). Innovación de producto en PyMes de alimentos en Quito – Ecuador, análisis de oferta exportable. *Religación*, 9(42), e2401253. <https://doi.org/10.46652/rgn.v9i42.1253>
- Vega-Jiménez, K., & Correa-Yance, E. (2024). Rol estratégico de la innovación financiera en las pymes. *Revista Científica Anfibios*, 7(2), 26–30. <https://doi.org/10.37979/afb.2024v7n2.157>

Anexos

Anexo 1 Tendencia de Gilbert que se implementó en ABC del Remolque



Anexo 2 Publicación del día Trabajador

