

### **Información Importante**

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

**Bibliotecas Bucaramanga**  
**Universidad Santo Tomás**

Informe final práctica empresarial realizada en Importadora de Repuestos de Colombia  
IMREPCOL SAS Bucaramanga

Claudia Patricia Cuadros Urquijo

Informe final presentado como requisito para optar el título de Profesional en Negocios  
Internacionales

Director:

Henry G. Morán C

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables

Facultad de Negocios Internacionales

2.014

### **Dedicatoria**

A Dios por darme la oportunidad de permitirme realizar mis estudios superiores y por darme la fortaleza para superar las situaciones difíciles que se me presentaron a lo largo de la carrera. A mi madre, quien con su esfuerzo, amor, dedicación y apoyo hizo de esto un sueño hecho realidad. Hoy mi padre, lastimosamente en vida no está para compartir conmigo este triunfo; pero tengo certeza que desde el cielo estará feliz con mi logro y orgulloso de verme realizada como profesional. A mi hijo, quien me apoyo y comprendió las jornadas extensas en las cuales trabajaba y a la vez estudiaba. Felizmente satisfecha y agradecida por tanto.

### **Agradecimientos**

A la universidad Santo Tomas por todos los conocimientos impartidos. A Importadora de Repuestos de Colombia por la oportunidad brindada y por sus enseñanzas durante estos 6 meses como practicante.

## **Tabla de Contenido**

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| 1. Introducción                          | 7  |
| 2. Justificación                         | 8  |
| 3. Objetivos                             | 9  |
| 3.1 Objetivo General                     | 9  |
| 3.2 Objetivo Específicos                 | 9  |
| 4. Perfil de la Empresa                  | 10 |
| 4.1 Razón Social de la Empresa           | 10 |
| 4.2 Objeto Social de la Empresa          | 10 |
| 4.3 Datos de Contacto de la Empresa      | 10 |
| 5. Misión de la Empresa                  | 11 |
| 6. Visión de la Empresa                  | 11 |
| 7. Portafolio de Servicios de la Empresa | 12 |
| 8. Cargo desempeñado                     | 12 |
| 9. Funciones                             | 12 |
| 10. Marco Conceptual                     | 13 |
| 11. Aportes                              | 15 |
| 11.1 Aportes de la empresa al estudiante | 15 |
| 11.2 Aportes del estudiante a la empresa | 15 |
| 12. Cosas que no me dio la universidad   | 16 |

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 13. Lista de Figuras             | 17 |
| Figura 1: Puntas para Ejes       | 17 |
| Figura 2: Pasadores de dirección | 17 |
| Figura 3: Crucetas               | 17 |
| 14. Conclusiones                 | 18 |
| 15. Referencias Bibliográficas   | 19 |

## **1. Introducción**

Cumpliendo con el requisito de la Universidad Santo Tomas para obtener el titulo como profesional en negocios internacionales, le doy gracias IRC SAS que me brindo la oportunidad de ejercerme como profesional y junto a ella ir adquiriendo nuevos conocimientos para el fortalecimiento tanto de mi vida personal como profesional para obtener un mejoramiento continuo y un mejor desarrollo que me llevo a la obtención de los objetivos propuestos durante estos 6 meses.

Dentro del contenido de este trabajo, se encuentra expuesto el desarrollo de la práctica empresarial como requisito para optar al Título como Profesional en Negocios Internacionales. Es en este periodo en el cual se tiene la oportunidad de conocer las habilidades que harán del estudiante una persona competitiva en el ámbito laboral, de igual forma, reconocer las debilidades que requieren esfuerzo y exigencia personal para ser un profesional íntegro.

Importante es dar a conocer todos los aspectos básicos de la empresa, que servicios presta, y así mismo conocer de la unidad donde se desarrollan las actividades para dar cumplimiento a las funciones asignadas.

En este documento se presentan los objetivos, funciones y expectativas de esta etapa de formación académica la cual enriqueció los conocimientos, habilidades, y cualidades, para un óptimo desempeño profesional, adquirido durante la formación brindada por la Universidad Santo Tomas, institución preocupada por lanzar al mercado laboral exitosos profesionales.

## **2. Justificación**

El desarrollo de la práctica empresarial es de gran importancia, gracias a la oportunidad que le permite al estudiante generar un desempeño en el ámbito laboral como futuro profesional; esto con el objetivo de utilizar los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación.

La práctica profesional, es sin duda una de las cosas más importantes de la culminación de la carrera profesional de un estudiante, porque es donde se aprenden cosas que con la teoría no se entienden muy bien y pone a prueba todas las capacidades y destrezas de una persona a la hora de enfrentar diferentes situaciones en las operaciones de Comercio Exterior.

Es un excelente espacio para darse a conocer como persona y profesional ya que brinda una vista completa al panorama laboral y ofrece la oportunidad de darse a conocer en el mismo, demostrando de esta manera los conocimientos adquiridos en las aulas de clase y la habilidad para aplicarlos de manera correcta y audaz.

De esta forma, gracias a la oportunidad brindada por IMREPCOL SAS; se logra adquirir conocimientos, amistades y experiencias que servirán de mucho para el mañana, para enfrentar y dar respuesta a las diferentes necesidades del comercio internacional a lo largo de toda una vida profesional.

### **3. Objetivos**

#### **3.1 Objetivo General**

Dar apoyo a la planeación y ejecución en el manejo y control de la logística en las importaciones que se realizan de manera periódica cada 3 meses bajo la dirección de la gerencia; para generar permanencia en las relaciones comerciales con los clientes externos e internos.

#### **3.2 Objetivos Específicos**

1 Administrar y garantizar recursos financieros en las áreas de las que dispone la empresa con cada importación a realizar con el fin de suministrar los elementos básicos para el buen desarrollo del departamento comercial y administrativo.

2 Plantear soluciones creativas antes y después de las importaciones, frente a circunstancias externas que afectan el buen desarrollo de la comercialización.

3 Reconocer los factores que componen los procesos administrativos, analizando los criterios técnicos, económicos y operativos que son pieza fundamental dentro del proceso; para garantizar la operación comercial.

#### **4. Perfil de la empresa**

##### **4.1 Razón Social de la empresa**

Importadora de Repuestos de Colombia SAS

##### **4.2 Objeto Social de la empresa**

Importación, comercialización y distribución de puntas para ejes y accesorios para líneas de vehículos pequeños, camionetas y líneas de camiones.

##### **4.3 Datos de contacto de la empresa**

Dirección: Bulevar Bolívar # 15 – 66

Teléfono: 6715268

Página Web: [www.imrepcol.com.co](http://www.imrepcol.com.co)

Practicante: [ventas@imrepcol.com.co](mailto:ventas@imrepcol.com.co)

Jefe inmediato: Félix Mauricio Antolinez Díaz

## **5. Misión de la empresa**

IRC es una empresa del sector automotriz, cimentado en la calidad de sus productos, que trabaja continuamente para conservar un lugar destacado en el sector, mediante la motivación del personal, el progreso continuo de sus productos y la constante comunicación con clientes y proveedores, con el propósito de garantizar su permanencia, creando beneficios y desarrollo a través del tiempo.

## **6. Visión de la empresa**

IRC incrementará su liderazgo y presencia en el mercado nacional para el año 2018. Las importaciones se proyectan con un 50% de participación del total de sus ventas. El crecimiento se sustentará sobre la tecnología que se emplea en el desarrollo de sus productos y la diversificación de su portafolio. La calidad percibida por el usuario será la plataforma que garantizará beneficios para sus trabajadores, canales de comercialización y la gerencia.

## **7. Portafolio de productos y/o servicios de la empresa**

Compra, venta y comercialización de los siguientes productos: Puntas para Ejes, Ejes Completos, Bocines, Tricetas, Guardapolvos, Rodamientos, Tensores y poleas, Pasadores de Dirección, Crucetas.

## **8. Cargo desempeñado**

Practicante en el departamento comercial

## **9. Funciones asignadas**

1. Construir y mantener actualizadas las bases de datos de los clientes potenciales y actuales que maneja la compañía.
2. Apoyar los procesos administrativos de la organización tales como legalización de facturas, órdenes de compra, solicitud de servicios a proveedores, entre otros.
- 3 Apoyar la logística y entrega de la mercancía al arribar a la bodega.
- 4 Prestar apoyo a la solución de requerimientos adicionales por parte de los clientes cuando se presentan garantías en el producto.
- 5 Apoyar en el área administrativa relacionamiento con proveedores, hacer cotizaciones, elaboración de órdenes de compra y legalizar facturas de acuerdo a las directrices de la gerencia.
- 6 Manejo y control de la logística de las importaciones al momento de solicitar la mercancía en origen.
- 7 Coordinación de giros para pagos en el exterior antes y después de realizada la negociación con el proveedor en Miami y/o China.
- 8 Manejo de asesores a nivel nacional relacionando sus ventas y metas mensuales en un informe presentado a la gerencia.
- 9 Coordinar los despachos de la mercancía a nivel local y nacional, realizando el seguimiento de su entrega al cliente.
- 10 Ejecutar informes periódicos dirigidos a la gerencia, del análisis de ventas mensuales por parte de los asesores comerciales.

## 10. Marco Conceptual

### Investigación de Mercado

Para llevar a cabo el desarrollo de las funciones y el cumplimiento de los objetivos de la práctica empresarial realizada en Imrepcol SAS es importante tener un marco conceptual enfocado en los estudios que se realizan a los mercados para identificar problemas y necesidades que surgen de las actividades de las personas, las empresas y las instituciones en general. Según el autor del libro (Introducción a la Investigación de Mercados), Marcela Benassini; para el caso específico de las empresas privadas, “la investigación de mercados ayuda a la dirección a comprender su ambiente, identificar problemas y oportunidades, además de evaluar y desarrollar alternativas de acción de marketing.” representando un apoyo para las empresas en el momento de establecer y fijar sus metas. Ahora bien, con esto surge la pregunta ¿Para qué utilizar la investigación de mercados? , se tiene que según Marcela Benassini en su libro Introducción a la Investigación de Mercados, define los Usos de la Investigación de Mercado en tres factores. 1) *Determinar sus objetivos*, con esto se refiere que las empresas deben fundamentarse y tener pleno conocimiento de las necesidades de sus clientes, antes de dar por definido unos objetivos a cumplir, debido a que actualmente muchas empresas se crean metas muy ambiciosas sin tener en cuenta que el mercado en el que se desempeñan puede estar reduciendo. Sin embargo, puede presentarse el caso contrario donde los objetivos a cumplir sean demasiado pobres, y no sean competitivos en un mercado potencialmente amplio. 2) *Desarrollo de un Plan de acción*, afirma el autor que la investigación de mercados es necesaria para considerar los recursos y estrategias de producto, precio, distribución y publicidad que las compañías han de estipular para el siguiente ciclo, dentro de esto cita los principales tipos de investigación de acuerdo a un plan de acción; *De líneas de productos y servicios*, puede darse el caso de que la empresa necesite conocer si debe invertir en el desarrollo de nuevos productos o servicios, de acuerdo con la demanda existente, *De precios*, las

empresas deben identificar hasta cuánto está dispuesto a gastar el consumidor en cierto producto o servicio, *De Distribución*, es habitual que los clientes acudan a ciertos establecimientos a comprar sólo determinada clase de bienes y servicios. Cuando un producto comienza a distribuirse mediante otro tipo de canales, puede producirse un fenómeno de mayor aceptación o, por el contrario, de rechazo. *De promoción, ventas y publicidad*, algunas empresas invierten una parte de su presupuesto publicitario en verificar la eficacia de sus anuncios. En publicidad, por ejemplo, se debe investigar la comprensión y credibilidad de los mensajes, los medios más eficientes para anunciar ciertos productos y la eficacia de la publicidad en general. 3) *De evaluación de los resultados y aplicación de medidas correctivas*, alguna imprecisión en el método de búsqueda de información o un factor externo a la empresa pueden ocasionar que los resultados alcanzados no coincidan con los objetivos propuestos. En este caso, el estudio de mercado debe presentar opciones de solución del problema, paralelas a aquella que en apariencia es la mejor. (Benassini, 2012, 122p)

## **11. Aportes**

### **11.1 Aportes de la empresa al estudiante**

1. Conocí la importancia de un trabajo en equipo, en busca de un objetivo común, donde el parte de todos y cada unos de los miembros es sumamente importante para garantizar el éxito.
2. Desarrollé habilidades comunicativas y persuasivas directamente relacionadas con el cliente, la solución a sus inquietudes y los conflictos que se pueden haber presentado en ellos.
- 3 Me brindó la oportunidad de reconocer las obligaciones cuando se adquiere un compromiso laboral, además de manejar el ámbito laboral, la oportunidad del trabajo en equipo para dar a conocer las aptitudes que se tienen.
- 4 Descubrí destrezas administrativas, lo que beneficia el ejercicio de las mismas ante los compañeros y superiores de a compañía.

### **11.2. Aportes del estudiante a la empresa**

- 1 Mejoramiento en el informe del análisis de ventas mensuales de los asesores comerciales, dicho modelo fue adoptado por la empresa.
- 2 Se optimizo el sistema de distribución de la mercancía en el mercado local para así garantiza una entrega del producto en óptimas condiciones.
- 3 Se contactaron nuevos clientes del sector automotriz y se realizaron lazos comerciales a mediano plazo según las políticas de crédito adoptadas por la empresa.

## **12. Cosas que no me dio la universidad**

Quizá una de las cosas más fundamentales para una carrera como negocios internacionales, son las salidas de campo, pues después de mi estadía en IRC, entendí lo importante que es estar en el campo conociendo las nuevas mejoras del transporte o aprendiendo de los errores que cometemos, la carrera de negocios internacionales de exploración, no de teoría, más practica aunque Bucaramanga no nos ofrece puertos ni aeropuertos sofisticados, poseemos industria siendo esta una de las primeras de la cadena de la logística internacional, los centros de distribución, las agencias de aduanas, depósitos aduanero, agencias de carga, entre otras, estas son cosas que como estudiante me hubiera gustado aprovechar si la universidad lo hubiera impartido desde el principio. Colombia necesita gente que genere ideas, genere empresa, genere empleo, y que mejor manera que conociendo nuestra industria, no necesitamos trabajadores necesitamos visionarios.

### 13. Lista de Figuras



Figura 1



Figura 2



Figura 3.

## 14. Conclusiones

1. La práctica profesional para cualquier estudiante universitario se atribuye como un gran desafío antes de salir al mundo laboral. Es esta instancia donde es posible comenzar a ensayar las habilidades personales en el área administrativa como en las habilidades para compenetrarse en el ambiente laboral que según mi punto de vista, son tanto o más importantes que las destrezas duras que un estudiante debe poseer.
2. Esta práctica empresarial enriqueció de manera importante mi conocimiento académico, para aplicarlo de manera eficaz y eficiente en la compañía que me brindó la oportunidad de ejecutar mis criterios a la hora de manejar el área comercial que me permitieron realizar un excelente trabajo en grupo.
3. En el transcurso de mi práctica, tuve la oportunidad de conocer más del sector automotriz de forma local y nacional, encontrando como resultado que es un gremio con mucha competencia y una demanda elevada hacia ciertas marcas que se encuentran bien posicionadas en el mercado.
4. En mí práctica profesional logré afianzar mis conocimientos y adquirir nuevos, para compenetrarme en un ambiente laboral; dejando de lado aquellos miedos que surgen a la hora de aprender a tomar decisiones y/o buscar soluciones a impases que resultan de último momento.

## **15. Referencias Bibliográficas**

- Introducción a la Investigación de Mercados, Marcela Benassini edición 2.012.
- [www.imrepcol.com.co](http://www.imrepcol.com.co)