

## **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 del CRAI-Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la CRAI-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.”

**Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación, CRAI-Biblioteca**

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

**Informe de práctica empresarial en García Vega S.A.S**

**Silvia Viviana Zambrano Peña**

**Informe de práctica empresarial para optar al título de Profesional en Negocios  
Internacionales**

**Tutor**

**Jorge Gregorio Prada Ochoa**

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

**División de Ciencias Económicas y Administrativas**

**Facultad de Negocios Internacionales**

**2020**

### **Agradecimientos**

En primer lugar, expreso mi agradecimiento a Dios y a mi familia por acompañarme en este proceso de formación profesional.

También agradezco a mis tutores, docentes y cuerpo administrativo de la facultad de Negocios Internacionales por contribuir al desarrollo de mi formación académica, ética y profesional.

Por ultimo agradezco a García Vega S.A.S, al gerente, el Ingeniero Fabio García Vega y a todo el equipo de trabajo de esta prestigiosa empresa, por hacerme parte de su compañía, brindarme su confianza, su orientación y hacer de mí una profesional competente.

A todos gracias por contribuir a que la sociedad cuente con una profesional preparada para los más grandes retos, que aportará con amor cada conocimiento adquirido.

**Tabla de Contenido**

Glosario.....	7
Resumen.....	9
Abstract.....	10
Introduccion.....	11
1. Justificación.....	13
2. Objetivos.....	14
2.1 Objetivo General.....	14
2.2 Objetivos Específicos.....	14
3. Perfil de la empresa.....	15
3.1 Condiciones organizacionales.....	15
3.2 Ubicación de la empresa.....	15
3.3 Objeto social de la empresa.....	15
3.4 Misión Institucional.....	15
3.5 Visión Institucional.....	16
3.6 Valores corporativos de la empresa.....	16
3.7 Estructura organizacional.....	18
3.8 Portafolio de servicios.....	18
3.9 Brochure equipos para construcción.....	19
3.9.1 Brochure ingeniería y construcción metálica.....	20
3.9.2 Brochure soluciones de acceso.....	20
3.9.3 Brochure galvanizado.....	22

3.9.4 Ensamblés en galvanizado.....	23
3.9.5 Ensamblés con andamios.....	23
3.9.6 Ensamblés con estructura metálica.....	24
4. Cargo y funciones.....	24
4.1 Cargo.....	24
4.2 Funciones.....	24
4.2.1 Acompañar el área Comercial de la Empresa en los eventos internacionales.....	24
4.2.2 Venta de los Productos García Vega SAS.....	25
4.2.3 Actualizar y organizar información de los clientes.....	25
4.2.4 Gestionar clientes existentes y potenciales.....	25
4.2.5 Asesoría integral de productos y servicios de García Vega S.A.S.....	26
4.2.6 Cotizaciones nacionales y para exportaciones.....	26
4.2.7 Gestión de cartera.....	26
5. Aportes del practicante a la empresa.....	27
6. Aportes de la empresa en la formación profesional.....	27
7. Conclusiones.....	28
Referencias bibliográficas.....	29

**Lista de Figuras**

<i>Figura 1.</i> Organigrama García Vega SA.S.....	16
<i>Figura 2.</i> Etapas de la construcción.....	17
<i>Figura 3.</i> Tipos de proyectos.....	18
<i>Figura 4.</i> Andamios multidireccionales.....	18
<i>Figura 5.</i> Andamios colgantes.....	19
<i>Figura 6.</i> Diseño para galvanización.....	20
<i>Figura 7.</i> Tipos de ensamble en galvanizado.....	21
<i>Figura 8.</i> Ensamble con andamios.....	21
<i>Figura 9.</i> Ensamble con estructura metálica.....	22

## Glosario

**Base de datos:** Se conoce como base de datos al conjunto de informaciones que está organizado y estructurado de un modo específico para que su contenido pueda ser tratado y analizado de manera rápida y sencilla.

**Andamios:** Elementos de acero que se utilizan para que los trabajadores alcancen niveles elevados en una construcción, como techos, paredes altas, se usan también como cimbra para losas, estos se dividen en: Móviles apoyados en ruedas para tener movimientos estáticos y apoyados en placas de acero.

**A Media Madera:** Junta entre dos piezas con la unión en forma de dos escalones iguales e invertidos uno con respecto al otro. Al estar cada pieza rebajada la mitad de su espesor, el ensamblado se mantiene del mismo grueso.

**Galvanizado en caliente:** es un proceso cuyo objetivo es brindar protección contra la corrosión adhiriendo capas de zinc a estructuras de acero.

**Corrosión:** es un proceso electroquímico en el que un metal se corroe al estar en contacto directo con un tipo diferente de metal y ambos metales se encuentran inmersos en un electrolito o medio húmedo.

**Construcción metálica:** Una estructura es un conjunto de partes unidas entre sí que forman un cuerpo, una forma o un todo, destinadas a soportar los efectos de las fuerzas que actúan sobre el cuerpo.

**Encofrado:** Molde formado con tableros o chapas de metal en el que se vacía el hormigón hasta que fragua y que se desmonta después.

**Comercio Electrónico (e-commerce):** consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet.

**Estudio de mercado:** es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

**Feria Virtual:** plataforma desarrollada para la implementación de espacios virtuales y centros de negocios que pueden aplicar a sectores específicos del mercado. Es un exclusivo desarrollo para que expositores y visitantes de un sector puedan contactar a otras industrias de interés.

**Marketing Digital:** acciones y estrategias publicitarias o comerciales que se ejecutan en los medios y canales de internet: webs y blogs, redes sociales, plataformas de vídeo, foros, etc.

**Montaje:** Empalme en una sola pieza, de varias partes de un bien funcional.

**Nichos de mercado:** porción de un segmento de un mercado en que las personas tienen necesidades y características homogéneas, sin embargo no se encuentran totalmente cubiertas en las ofertas generales del mercado. Son una parte del mercado que se debe cubrir con productos o servicios específicos.

**Red social empresarial:** uso de los medios de comunicación social por parte de una organización, tanto interna como externamente, para conectar personas que comparten intereses o actividades similares

### **Resumen**

El presente documento contiene información acerca del desarrollo de práctica empresarial en García Vega S.A.S, en el departamento comercial y de exportaciones, apoyando la logística, venta y comercialización del catálogo de productos que ofrece la compañía.

De esta forma, las actividades desarrolladas se enfocaron en la gestión, asesoría y venta para suplir las necesidades del sector de la construcción y así mismo el seguimiento de cotizaciones nacionales y exportación.

Fue necesario el proceso de aprendizaje de cada uno de los manejos de la compañía, conocimiento del producto en su totalidad, conocimiento del manejo a clientes de este gremio y el constante acompañamiento a cada uno de ellos, sin realizar diferencia de importancia.

Ha sido un proceso enriquecedor y fructuoso, considerando que se deben suplir las necesidades de cada uno de los clientes, proveedores y clientes internos de la compañía.

**Palabras clave:** sector de la construcción, exportación, gremio, fructuoso.

### **Abstract**

This document contains information about the development of business practice in García Vega S.A.S, in the commercial and exports department, supporting the logistics, sale and marketing of the catalog of products offered by the company.

In this way, the activities developed were focused on management, advice and sales to meet the needs of the construction sector and also the monitoring of national and export prices.

It was necessary the learning process of each of the company's operations, knowledge of the product in its entirety, knowledge of the management of clients of this union and the constant accompaniment of each one of them, without making any difference of importance.

It has been an enriching and fruitful process, considering that the needs of each of the company's customers, suppliers and internal customers must be met.

**Keywords:** construction sector, export, union, successful.

## **Introducción**

La aplicación de conocimientos en espacios reales permite al estudiante en su práctica empresarial, completar su ciclo de formación profesional, fortalecer sus competencias y adquirir habilidades y destrezas en desarrollo de procesos y procedimientos propios de las operaciones aduaneras, logísticas y de transporte internacional. Para las organizaciones les permite contar con personal capacitado y con ideas frescas para ser aplicadas en reinención de sus actividades de generación de valor. El sector de la construcción es un gremio muy importante como sector productivo, económico y regional que permite a los profesionales en práctica, aplicar gran parte de los conocimientos académicos adquiridos durante el proceso de formación profesional.

Los sectores económicos y el comercio local, regional, nacional y global se ha tenido que reinventar ante las diferentes circunstancias que ofrecen las oportunidades de Negocios en las tendencias de consumo, en algunos casos generados por los grandes Cambios Geopolíticos de regiones y países, otros por factores y tendencias totalmente ajenas al negocio y pensamiento operativo y tecnológico de las organizaciones, como lo fue el cambio intempestivo para este año 2020 a nivel de la globalización y multiculturalidad económica, la pandemia COVID-19 el cuál afecto significativamente las grandes economías a nivel mundial y porque no decirlo, para los países apenas en vía de desarrollo.

Sin embargo, la empresa García Vegas SAS, desde su experiencia productiva y comercial, y teniendo en cuenta que el gobierno Nacional dentro de las restricciones de confinamiento por la pandemia COVID -19, abrió paulatinamente los sectores productivos entre los primeros el sector de la construcción situación que le fue muy favorable para reactivar su actividad productiva y

económica y retomar su posicionamiento en los mercados locales, regionales y nacionales ha sabido cómo reaccionar ante las diferentes adversidades presentadas durante el tiempo de aislamiento preventivo obligatorio para distribución de sus productos y servicios en el mercado de consumo nacional. Los factores más relevantes que garantizan estabilidad en los mercados; es la fidelización de los clientes y consumidores que reconocen los productos de esta empresa como de excelente calidad de servicio y cumplimiento de contratos

Para obtener los resultados de la reinversión, la empresa de manera proactiva implementó estrategias administrativas, de producción, de comercialización y ventas, pero también una de las más importantes el diseño de una nueva logística con el cumplimiento eficiente de todos los protocolos de bioseguridad en la cadena de valor de su actividad económica.

De la misma manera se espera una reactivación para los negocios con países, en materia de exportación de productos y servicios, para garantizar el cumplimiento de los compromisos comerciales con clientes actuales y potenciales Extranjeros.

Todas estas experiencias que se presentaron durante en el desarrollo de la práctica empresarial, son sin lugar a dudas hechos que fortalecen las competencias del profesional en Negocios Internacionales y permiten desde la distancia hacer grupos para trabajo en equipo con responsabilidad y pertinencia, para poder cumplir con los compromisos comerciales de la empresa y capitalizar habilidades y destrezas en el desempeño de las funciones del cargo. Hechos que prometen para el futuro desempeñar cargos de mayor responsabilidad en la toma de decisiones gerenciales.

## 1. Justificación

El propósito de la práctica empresarial es apoyar de manera directa al área comercial identificando las oportunidades del mercado y responder a los retos nacionales e internacionales.

La práctica empresarial se realiza con la finalidad de complementar la formación académica e integral adquirida durante la carrera de negocios internacionales, mediante la aplicación de conocimientos y desarrollo de competencias, habilidades y destrezas dirigidas a la formación profesional en el mundo laboral real.

Adicionalmente, la práctica es una herramienta que logra incursionar al estudiante al campo laboral fácilmente; ya que tener experiencia y darse a conocer en el mercado laboral facilita el acceso a nuevos cargos.

Las condiciones económicas y políticas empresariales actuales como empresa de la región brinda oportunidades a jóvenes en desarrollo de una carrera profesional para fortalecer sus competencias personales y profesionales con desarrollo de prácticas empresariales, adquiriendo habilidades y destrezas en diferentes campos de las ciencias económicas y administrativas y conocer de cerca el rol que el profesional en Negocios Internacionales debe conocer como experticia profesional desde las actividades propias de cada una de las funciones de su cargo, como experiencia que servirá de base para enfrentarse a nuevos desafíos en cargos de mayor responsabilidad laboral .

## **2. Objetivos**

### **2.1 Objetivo General**

Adquirir experiencia profesional, en el manejo de operaciones aduaneras y de comercio internacional, identificando oportunidades de Negocios, bajo los parámetros establecidos en el área comercial de la empresa García Vega S.A.S, para fortalecer las competencias personales y profesionales y poder así desempeñar cargos de mayor responsabilidad en el campo laboral.

### **2.2 Objetivos Específicos**

- Conocer y actualizar información de los clientes con el fin de mantener la base de datos actualizada.
- Apoyar las actividades de comercio Exterior y procesos logísticos de la compañía en su cadena de abastecimiento global tanto en mercados Nacionales como internacionales.
- Realizar estudios que permitan identificar nuevas oportunidades de mercado, enfocados en la búsqueda de nuevos clientes en países extranjeros.
- Acompañar al área comercial y de ventas de la organización, en eventos internacionales para conocer nuevas oportunidades de Negocios para el portafolio de servicios y productos que ofrece la empresa en el sector de la construcción.

### **3. Perfil de la empresa**

#### **3.1 Condiciones Organizacionales.**

Razón Social: **García Vega S.A.S**

NIT: 890211614-7

Domicilio Principal: Carrera 15 # 23-15 Barrio Alarcon Bucaramanga.

#### **3.2 Ubicación comercial de la Empresa**

- Dirección: Carrera 15 No. 23-15 Bucaramanga, Santander
- Jefe Inmediato: Elsa Victoria Uribe
- Cargo: Directora de talento humano
- Teléfono: 6-303303

#### **3.3 Objeto Social de la empresa**

Empresa dedicada a la fabricación, alquiler y venta de equipos para construcción, Ingeniería y construcción metálica, soluciones de acceso y galvanizado por inmersión en caliente.

#### **3.4 Misión Institucional**

“Creamos y proveemos soluciones para la Industria y la Construcción, en todas sus etapas y en el tiempo prometido”.

### **3.5 Visión Institucional**

#### **1. Equipos para Construcción**

“Ponemos los equipos correctos cuando y donde el constructor los necesite”.

#### **2. Ingeniería y Construcción Metálica:**

“Fabricamos e instalamos ingeniería en acero que valoriza los proyectos de nuestros clientes”.

#### **3. Galvanizado:**

“Alargamos la vida de los productos de acero de nuestros clientes, entregándoles la mejor protección contra la corrosión”.

### **3.6 Valores corporativos de la empresa**

#### **1. Integridad**

Hacemos lo que es correcto, operando con honestidad y siempre bajo el marco de la ley.

#### **2. Disciplina**

Operamos con austeridad, bajo el estricto rigor de nuestros procesos, acatando las normas, políticas y lineamientos

### **3. Pasión**

Amamos lo que hacemos, somos enérgicos por naturaleza, le metemos la ficha y enfrentamos los desafíos que nos trae el día a día con la mejor actitud.

### **4. Confianza**

Creemos en las capacidades e integridad de nuestro equipo de trabajo, y lo tratamos de la misma manera que queremos ser

### **5. Humildad**

La base y fundamento de todas las virtudes. Nos aceptamos con nuestras habilidades (apalancándonos en ellas) y nuestros defectos.

### 3.7 Estructura Organizacional

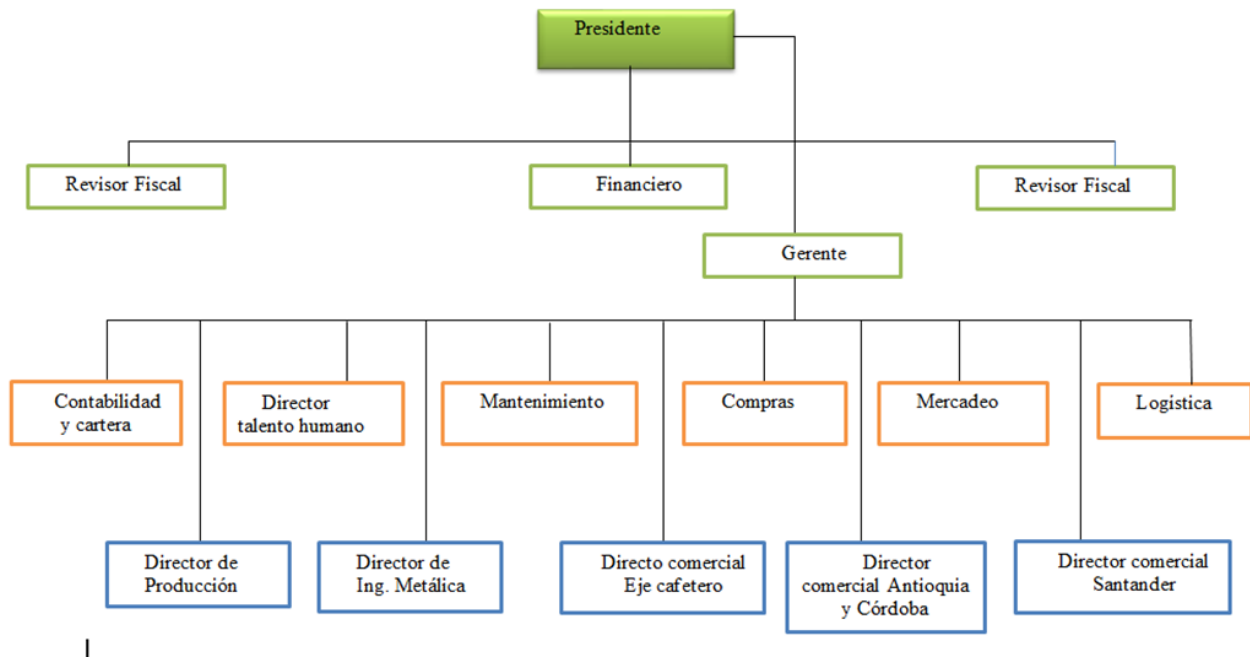


Figura 1. Organigrama Garcia Vega S.A.S

### 3.8 Portafolio de Servicios

García Vega S.A.S maneja los siguientes servicios:

- Fabricación, alquiler y venta de equipos para construcción
- Ingeniería y construcción metálica
- Galvanizado en caliente
- Concepción de proyecto e ingeniería
- Montajes

3.9 Brochure Equipos para Construcción

ETAPAS DE LA CONSTRUCCIÓN

**0 Maquinaria**



**1 Sistemas de Encofrados**



“Creamos y proveemos soluciones para la industria y la construcción, en todas sus etapas y en el tiempo prometido”

**2 Sistemas de Apuntalamiento**



**3 Soluciones de Acceso**



Sistemas de Cimbrados	Andamio de Carga	Sistema Tradicional	Encofrado Metálico	Sistema inde-X	Andamio Multidireccional Cintero
Acabado superficie	Rústico	Rústico	✓	✓✓	✓✓
Altura limitante	✓	X	X	X	✓
Velocidad de armado	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓
Capacidad de carga	1500 kg x Torre	1500 kg x ml	1500 kg x ml	1500 kg x ml	2500 kg x ml
Geometrias complejas	X	X	X	X	✓
Costo	\$	\$	\$	\$	\$\$\$



**García Vega**

**I+D+i**



Coliseos

Contamos con un gran equipo de ingeniería que está a disposición de solucionar sus necesidades.

Más de 33 años de experiencia aseguran el foco correcto en nuestros proyectos de innovación.



**INNOVACIÓN**



**GLOBAL INNOVATION MANAGEMENT INSTITUTE**



Soluciones Industriales





Sistemas de andamio

Figura 2. Etapas de la construcción

### 3.9.1 Brochure Ingeniería y Construcción Metálica



Figura 3. Tipos de proyectos

### 3.9.2 Brochure soluciones de acceso



Figura 4. Andamios multidireccionales



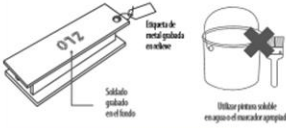
*Figura 5.* Andamios colgantes

3.9.3 Brochure galvanizado

### DISEÑO PARA GALVANIZACIÓN

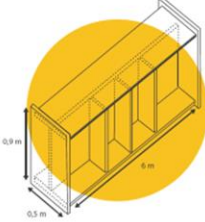
**1. MATERIAL LIBRE DE PINTURA Y ETIQUETAS**

Se debe evitar a toda costa el uso de adhesivos o pinturas para la identificación del material antes de ser galvanizado ya que impide la adhesión del zinc.



**2. TAMAÑO DE LAS PIEZAS:**

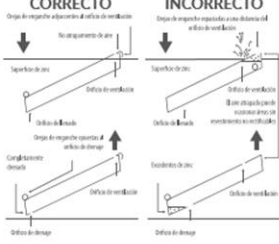
El tamaño máximo que puede ser galvanizado por inmersión simple en nuestra cuba actual es: 0,5m de ancho, 6m de longitud, 0,9m de altura.  
El tamaño máximo que puede ser galvanizado por inmersión doble es: 0,5m de ancho, 8m de longitud, 1,5m de altura.



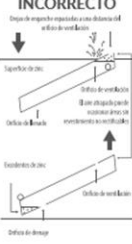
### 3. PERFORACIONES:


La correcta perforación del material facilita el escurrido del Zinc fundido y el escape de gases calientes al salir de la inmersión.

**CORRECTO**



**INCORRECTO**

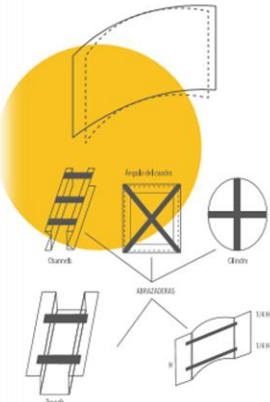




**4. DEFORMACIONES:**

Algunos materiales pueden tener deformaciones debido al diseño, al tipo de material y calibre. Para evitar esto se recomienda:

- Utilizar diseños simétricos.
- Emplear espesores uniformes.
- Utilizar técnicas de soldadura adecuadas para evitar tensiones



**5. MATERIAL ROSCADO**

Las tuercas y elementos roscados deben fabricarse con suficiente holgura y después de ser galvanizados, deben ser rectificadas por parte del cliente.

**6. ESPESOR DEL GALVANIZADO**

El proceso de galvanizado en García Vega se realiza bajo la norma ASTM A-123, A-153, A-780 y A-385. Estas normas definen los espesores, la adherencia y la manera adecuada de reparar el galvanizado.

**7. APARIENCIA**

El objetivo del proceso de galvanizado es proteger contra la corrosión. Dependiendo de la aleación o composición química del hierro o acero, espesor de la pieza y geometría, pueden presentarse superficies de diferente tonalidad, con asperezas o rugosidad.

Citas: En García Vega contamos con un sistema de citas para asesorar, entrega y recibo de material a galvanizar.  
Por favor comunicarse al Teléfono: 318-359-1859 – 037-696-0508 o al email: comercialzinc@garclavegagalva.com

Holgadura Radial Mínima en Piezas Acoplables o Roscadas	
Tamaño del Eje	Holgadura Radial Mínima
Hasta 10 mm de diámetro	1 mm
Entre 10 y 30 mm de diámetro	2 mm
Por encima de 30 mm de diámetro	2 a 2,5 mm

Figura 6. Diseño para galvanización

### 3.9.4 Ensamblés en Galvanizado



Figura 7. Tipos de ensamble en galvanizado

### 3.9.5 Ensamblés con andamios



Figura 8. Ensamble con andamios

*3.9.6 Ensamble con estructura metálica*



*Figura 9. Ensamble con estructura metálica*

## **4. Cargo y funciones**

### **4.1 Cargo**

Representante Comercial – Exportaciones

### **4.2 Funciones**

A continuación, presentaré evidencias de las funciones realizadas durante el periodo de prácticas en García Vega S.A.S:

#### **4.2.1 Acompañar el área Comercial de la Empresa en los eventos internacionales.**

##### **Actividades:**

1. Consultar con Procolombia, el calendario anual de los eventos internacionales por continentes, regiones y países.
2. Realizar la inscripción, y confirmación para la participación de acuerdo con las condiciones y requisitos del evento.
3. Elaborar el cronograma de actividades que el área comercial debe cumplir para la participación en el evento
4. Elaborar los brochure empresarial y de servicios que se quiere entregar a los participantes e invitados del evento
5. Organizar el stand de expositores en la Macro rueda.
6. Coordinar las actividades en el desarrollo de la macro rueda

7. Presentar un indicador de la gestión y resultados para la toma de decisiones en nuevas oportunidades de Negocios.

#### **4.2.2 Venta de los Productos García Vega SAS**

##### **Actividades:**

1. Ofrecer el portafolio de cada uno de los productos fabricados y/o para comercializar de la compañía.
2. Explicar las cualidades y características de los productos.
3. Estar al corriente de las promociones especiales en vigencia e informar a los clientes sobre los precios, descuentos y ofertas.
4. Tener un conocimiento sólido de los productos y de todos los aspectos de atención al público.
5. Conocer las especificaciones de los productos en caso de ser un poco más complejos.
6. Realizar recomendaciones asertivas a los clientes considerando sus necesidades.

#### **4.2.3 Actualizar y organizar información de los clientes**

##### **Actividades:**

1. Mantener contacto diario con cada uno de los clientes y así mismo atender casos de cambio de dirección, teléfono o correo electrónico.

2. Periódicamente realizar comunicación con cada uno de los clientes para mantener actualizada la información de contacto.

#### **4.2.4 Gestionar clientes existentes y potenciales**

##### **Actividades:**

- 1 Hacer seguimiento a cada uno de los posibles clientes potenciales hasta que califiquen para hacer negocios.
- 2 Realizar contenido sobre los productos de la compañía vía correo electrónico, redes sociales, etc. Y difundir la información.
- 3 Ofrecimiento de promociones y/o descuentos vigentes.
- 4 Mantener contacto con clientes existentes y atender sus necesidades.

#### **4.2.5 Asesoría integral de productos y servicios de García Vega S.A.S**

##### **Actividades:**

1. Impartir asesoría sobre los productos de García Vega S.A.S
2. Mantener actualizados a todos los clientes sobre productos nuevos.
3. Brindar asesoría a cada uno de los clientes sobre los servicios ofrecidos en García Vega S.A.S
4. Visitar a los clientes grandes de la compañía y realizar acompañamiento en cada una de las obras que manejan productos y requieren de los servicios de García Vega S.A.S

#### **4.2.6 Cotizaciones nacionales y para exportaciones**

##### **Actividades:**

1. Elaborar en el formato asignado por la empresa, la cotización de los productos y servicios ofrecidos por García Vega S.A.S
2. Envío de cotizaciones, vía correo electrónico e incluso personalizada.
3. Relacionar todos los aspectos importantes de los productos y servicios de la empresa en la cotización
4. Relacionar medios de transporte para entrega, y del mismo modo, fechas de entrega.

#### **4.2.7 Gestión de cartera**

##### **Actividades:**

1. Recaudo de cartera y notificación de los saldos de la deuda
2. Recaudo con descuento por pago oportuno.
3. Gestión de cobranza de los intereses de mora de los deudores

## **5. Aportes del Practicante a la Empresa**

Uno de los aportes más importantes y reconocidos por la empresa al practicante, fue el cierre de una Negociación Internacional con una empresa ubicada en Bolivia. Ese logro se obtiene por la estrategia de seguimiento y persuasión que el practicante manejo a lo largo del tiempo que duro la negociación, haciendo buen uso de las políticas, confianza y apoyo de la empresa.

Así mismo, se lograron mantener otros contratos con grandes empresas que habían bajado el volumen de negocios con ocasión del aislamiento obligatorio por la pandemia conocida de manera global. Para el logro asertivo de darle continuidad a estos proyectos, la empresa dio la confianza y apoyo al practicante para hacer viajes y mantenimiento de clientes y finalmente obtener los cierres definitivos de estos Negocios.

## **6. Aportes de la Empresa en la Formación Profesional**

Son innumerables los aportes que una empresa le puede ofrecer a un practicante, todo está en que el estudiante sea visionario, emprendedor y creativo y aproveche al máximo las oportunidades de conocer y aprender de las empresas en los procesos procedimientos en los campos administrativos, Logística, transporte internacional y ventas, conociendo los productos y servicios que son el objeto social de las empresas.

Los logros de los negocios que resultan para una empresa y que son gestión del practicante son el mejor capital de formación y aporte de una empresa al profesional; más cuando le ofrecen la oportunidad de viajar, concertar sobre un negocio y lo mejor tomar decisiones de cierre en operaciones complejas casi perdidas.

Las empresas abren puertas de confianza a los practicantes, solo que algunos de estos no valoran las oportunidades y con su actitud y falta de responsabilidad ponen en riesgo la voluntad del empresario para terminar con una carrera decorosa como profesional en Negocios Internacionales.

## 7. Conclusiones

El objetivo principal del académico al realizar una práctica empresarial, es poder aplicar constantemente los conocimientos adquiridos a lo largo de los años de estudio y complementarlos con todas aquellas experiencias que resultan en el desarrollo de las funciones de un cargo administrativo con funciones particulares que exigen la aplicación de conocimientos teóricos en las operaciones aduaneras, cambiarias y tributarias del comercio Internacional. Por otro lado, en la práctica y durante la permanencia en la prestigiosa empresa García Vega S.A.S., se adquieren conocimientos sobre operaciones de logística, distribución física y transporte de carga Internacional, sumado a ello se tiene la visión de analizar costos y tomar decisiones de los medios de transporte que se requieren para la movilidad de cada uno de los embarques y poder cumplir con los compromisos internacionales dentro de las políticas de rentabilidad de la empresa.

Sin duda, el logro de una práctica empresarial es un gran aporte en la formación de la competencias del profesional en Negocios Internacionales, establecen una sinergia muy fuerte entre el conocimiento cotidiano y académico y las experiencias que genera el desarrollo de cualquier actividad empresarial; de esa manera las expectativas del estudiante se cumplen para mejorar la posición personal y profesional para desempeñar cargos de mayor responsabilidad y adicional le fortalece el currículo como experiencias, habilidades y destrezas en el campo laboral para su futuro profesional.

Desde las funciones asignadas en el cargo, el practicante puede perfeccionar sus conceptos, y ser protagonista de su propio conocimiento en los campos de mercadeo, logística y perfeccionar los procesos de Exportación e importación, logrando hacer comparativos de los términos Incotem's

de negociación para tomar las mejores decisiones en la productividad de sus negocios y hacer más dinámica y eficientes de la cadena global de valor.

Es de gran orgullo para el estudiante, el logro decoroso de los resultados cuando alcanza los objetivos y las expectativas en la práctica empresarial; y para la empresa no es menor la satisfacción al punto de resaltar la labor desarrollada y dejar puertas abiertas para nuevos practicantes que tengan intencionalidad de ser profesionales exitosos.

El mejor acierto para la opción de graduación como profesional en Negocios Internacionales es optar por una práctica empresarial para dispersar el conocimiento teórico y atomizarlo en cada actividad de las operaciones de los Negocios y del comercio internacional. Teniendo la oportunidad de vivir experiencias propias en tiempo real, formar parte de los equipos de trabajo en los diferentes campos de una empresa y aprender todos los días algo nuevo, haciendo de cada vivencia una experiencia invaluable.

Finalmente, como meta personal, lo más sensato es dejar en alto la imagen de la Universidad Santo Tomas como institución formadora de personas integrales y que dentro de las funciones sustantivas de extensión social vincula a empresas y empresarios a trabajar de la mano para formar profesionales íntegros, capaces de continuar con el desarrollo económico de Colombia.

Para la empresa García Vega S.A.S y el grupo de colaboradores, palabras de agradecimiento por el apoyo incondicional y permanente para el logro de los objetivos como practicante, especialmente en los tramites y desarrollo de las operaciones de Exportación, campo que me permitirá contribuir en el mejor desarrollo y crecimiento de la empresa una vez obtenida la graduación con título de profesional en Negocios Internacionales siendo uno de los mayores logros en mi proyecto de vida.

### Referencias bibliográficas

Cámara de Comercio de Cali. (2011). *Ferias y ruedas de negocios: opciones para conocer y aprovechar*. Disponible en: <http://www.ccc.org.co/ferias-y-ruedas-de-negocios-opciones-para-conocer-y-aprovechar/>

Ferias Virtuales. (2015). *¿Qué es una Feria Virtual?*. Disponible en: <http://feriavirtual.co/caracteristicas/>

InboundCycle. (2017). *¿Qué es el marketing digital o marketing online?*. Disponible en: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-el-marketing-digital-o-marketing-online>

Marketing Digital. (2015). *¿Qué es E-commerce o comercio electrónico?*. Disponible en: <http://marketingdigital.bsm.upf.edu/e-commerce-comercio-electronico/>

Pérez Valdés D. (2007). *¿Qué son las bases de datos?*. Disponible en: <http://www.maestrosdelweb.com/que-son-las-bases-de-datos/>.

Rouse M. (2013). *Red Social Empresarial*. Disponible en: <http://searchdatacenter.techtarget.com/es/definicion/Red-Social-Empresarial>

Shujel. (2008). *¿Qué es el estudio de mercado?*. Disponible en: <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>

Soto B. (2011). *¿Qué es un nicho de mercado?*. Disponible en: <https://www.gestion.org/marketing/investigacion-mercados/5196/que-es-un-nicho-de-mercado/>