

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 Práctica Empresarial PETROMIL SAS (Zona Franca Candelaria –
Cartagena)**

Rafael Leonardo Parada Alvarado

**Informe presentado como requisito para optar por el título profesional en
Negocios Internacionales**

Tutor

Luz Helena Agurto Florez

Universidad Santo Tomas Bucaramanga

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

2015

Dedicatoria

A Dios.

Por haberme dado la sabiduría necesaria para afrontar los distintos retos encontrados en la vida de universitario, por enseñarme con su palabra que para alcanzar las metas propuestas en la vida debemos ser esforzados y valientes.

A mi madre Patricia.

Por brindarme su apoyo en todo momento y confiar que yo lograría ser alguien en la vida a pesar de muchos intentos fallidos, por brindarme amor, motivación y decirme a cada momento que soy un orgullo para ella.

A mi padre Rafael.

Por ser esa persona ejemplar la cual me motivo para salir adelante y siempre decir "debo ser igual o mejor que mi padre". Por demostrarme día a día que en la vida las cosas se consiguen trabajando con dedicación y esfuerzo, por brindarme su amor y apoyo incondicional.

A mi hermano Naren.

Por escogerme como ejemplo para su vida, por demostrarme con sus actos que él estaba siguiendo mis pasos, por ser mi compañero en largas jornadas de trabajo y siempre demostrarme con sus detalles que soy una persona importante para su vida.

A mi novia Angélica.

Porque siempre me dijo "amor confió en ti y tus conocimientos, lograras en la vida todo lo que te propongas siempre y cuando pongas a Dios de primero en tu vida", porque con su amor logro que yo luchara por el sueño de ser un gran profesional.

Y a todos aquellos familiares y amigos que me acompañaron en el recorrido universitario, que me ayudaron a estudiar parciales, preparar exposiciones, realizar trabajos y que de una u otra manera hicieron que este sueño se hiciera realidad.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por permitirme ser fuerte ya que gracias a él y su palabra hoy confió en mis conocimientos y capacidades, mi familia por estar siempre pendiente de mi proceso y crecimiento como profesional, por entenderme en mis momentos difíciles académicos.

Agradezco a la Universidad Santo Tomás que me permitió realizarme como profesional en su institución y me permitió adquirir conocimientos de su selecto grupo de docentes, agradecimiento de manera especial a los profesores Jaime Vélez, Alfredo Sanabria, Guillermo Barreto, Jorge Prada y Cesar Miranda que fueron parte fundamental en la formación de este excelente profesional. Por Último, Agradecer a la empresa PETROMIL s.a.s, por permitirme el ingreso a su empresa para que realizara mis practicas universitarias y aprendiera lo mejor de la industria del petróleo en Especial al gerente Jorge Ludwing Lozano, a la dirección de operaciones la ingeniera Ana Maria Lozano a, fueron ellos quienes dedicaron parte de su tiempo enseñándome de que manera se puede ser un excelente profesional, orientándome cada día a ser más responsable y a alinear mis conocimientos hacia el Éxito.

Tabla de Contenido

	Pág.
Introducción	10
1. Informe Práctica Empresarial PETROMIL SAS (Zona Franca Candelaria –	11
Candelaria)	11
1.1 Justificación.....	11
1.2 Objetivos	12
1.2.1 Objetivo General.	12
1.2.2 Objetivos Específicos.....	12
2. Perfil de la Empresa Petromil SAS.....	13
2.1 Misión	14
2.2 Visión	14
2.3 Organigrama.....	15
3. Cargo y Funciones	16
4. Marco Normativo.....	19
5. Aportes.....	20
5.1 Del Estudiante a la Empresa.....	20
5.2 De la Empresa al Estudiante	33
6. Conclusiones.....	34
7. Recomendaciones	35
Referencias Bibliográficas	36

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. <i>Estructura de costos para la Unidad de Lubricantes Año 2016</i>	21
Tabla 2. <i>Proyección de Venta de Galones al Finalizar Tiempo de Gracia</i>	26
Tabla 3. <i>Precios de Referencia para el Año 2016</i>	26
Tabla 4. <i>Estado de Resultado Febrero</i>	27
Tabla 5. <i>Estado de Resultado Marzo</i>	28
Tabla 6. <i>Estado de Resultado Abril</i>	29
Tabla 7. <i>Estado de Resultado Mayo</i>	30
Tabla 8. <i>Estado de Resultado Junio</i>	31

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. <i>Organigrama PETROMIL SAS</i>	15
Figura 2. <i>Evolución de las Ventas Año 2016</i>	26

Lista de Apéndices

	Pág.
Apéndice A. <i>Petromil 2t Agua Tc-W3</i>	37
Apéndice B. <i>Petromil 2t Jaso Fb</i>	38
Apéndice D. <i>Petromil 4t 20w50</i>	39
Apéndice C. <i>Petromil Apocgl</i>	40
Apéndice E. <i>Petromil Diesel 15w40 Ci-4</i>	41
Apéndice F. <i>Petromil Diesel 15w40</i>	42
Apéndice G. <i>Petromil Diesel Sae 40 – 50</i>	43
Apéndice H. <i>Petromil Gas 20w50</i>	44
Apéndice I. <i>Petromil Gasolina 20w50 Sl</i>	45
Apéndice J. <i>Estudio de precios año 2016</i>	46
Apéndice K. <i>Tabla de Equivalencia PETROMIL Lubricantes</i>	47
Apéndice L. <i>Estudio de Precios CYAT 2016</i>	48
Apéndice M. <i>Números de la Unidad De Lubricantes</i>	49

Introducción

Para lograr ser un profesional en Negocios Internacionales es importante alcanzar diversas Experiencias en los campos que relacionados con la carrera. Es por ello, que nace la Necesidad de involucrarse en distintas empresas que practican la actividad del comercio internacional o prácticas afines, como la comercialización de productos a nivel nacional, la administración de contratos o demás, la contabilidad de la empresa, etc.

Este tipo de experiencias le permitirán al futuro profesional desempeñar sus funciones de Manera eficaz y eficiente, estando listo para superar a su competencia.

De acuerdo a lo anterior, se hace a continuación una descripción precisa de la experiencia adquirida en la empresa PETROMIL SAS ubicada en la ciudad de Cartagena, dicha empresa realiza distintas prácticas comerciales en su diario laboral.

Se analizan las distintas actividades que se desarrollaron dentro de la Unidad de Lubricantes, unidad que depende del departamento comercial y financiero y del departamento de operaciones.

Como requisito exigido por la Universidad Santo Tomás para obtener el título profesional en Negocios Internacionales, se realizó las prácticas empresariales como opción de grado.

1. Informe Práctica Empresarial PETROMIL SAS (Zona Franca Candelaria – Candelaria)

1.1 Justificación

“Todo es posible en la medida que tu creas que es posible”, inspirado en esa frase que ha logrado convencer a muchas personas en convertirse en excelentes profesionales desarrollándose en sus distintos campos de estudio según sus capacidades, se toma la decisión de realizar la práctica empresarial con el fin de hacer posible el sueño de ser un gran Profesional.

Esto se logra aplicando los conocimientos teóricos y prácticos, que son adquiridos durante la trayectoria estudiantil en la Universidad y las distintas experiencias de empresarios o personas exitosas que recomiendan que estudiar es la mejor opción. Conocimientos en Estudios de Mercado, Dirección Empresarial, Sistemas Contables, Cálculos de precio, Emprendimiento Empresarial, Costos de Producción y Comercialización, Términos de Negociación entre otros temas, útiles a la hora de llevar a la práctica lo aprendido.

PETROMIL S.A.S comprometida con el desarrollo profesional y crecimiento personal del futuro de Colombia, como lo somos los nuevos profesionales, ofrece la oportunidad de realizar las prácticas empresariales en su entidad, para así lograr adquirir conocimiento y experiencia necesaria para empezar a tomar acción en el campo laboral.

Adquirir experiencia siempre es positivo pues da la oportunidad de relacionarse en su campo de acción y acercarse más al mundo laboral.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General.

Aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera de negocios internacionales, específicamente en las áreas de administración, mercadeo, costos y presupuestos para brindar una asesoría en la unidad de lubricantes y de esa manera incrementar las ventas, la distribución, comercialización y almacenamiento obteniendo una reducción en los costos de estas operaciones y ampliando el margen de utilidad de la empresa.

1.2.2 Objetivos Específicos.

- Conocer de manera detallada los canales de distribución de los lubricantes en Colombia.
- Conocer la composición química de los lubricantes de la empresa y los de la competencia.
- Crear soluciones inmediatas para incrementar el margen de utilidad del 15% al 20% del margen actual.
- Analizar cómo se encuentra el mercado actual de lubricantes, para aplicar estrategias que favorezcan el crecimiento de la unidad.
- Definir el mercado meta o mercado objetivo al cual debemos atacar en la comercialización de los productos.

2. Perfil de la Empresa Petromil SAS.

Somos una empresa 100% Colombiana, pionera en el almacenamiento, comercialización y distribución nacional e internacional de productos derivados del petróleo, certificada en las normas ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001, debidamente autorizada por el ministerio de minas y energía de la república de Colombia. (Petromil, 2007).

Nuestra Planta y oficinas principales están ubicadas en el Km 9 Vía Mamonal, entrada a Zona Franca la Candelaria, Cartagena Bolívar. Esta planta posee una capacidad total de almacenamiento de 75.000 barriles de combustibles líquidos (Gasolina Extra Oxigenada, Gasolina Corriente Oxigenada, Biodiesel y Diesel Marino). Adicionalmente PETROMIL cuenta con otra Planta Mayorista propia con capacidad de almacenamiento de 22.500 barriles, para distribución marítima y fluvial, ubicada en la Termoeléctrica Emgesa S.A. E.S.P., Km. 4 Vía Mamonal Cartagena - Bolívar, desde donde se realizan los despachos a buques y barcazas. (Petromil, 2007).

Para mantener la alta satisfacción de nuestros clientes y participación en nuevos mercados nacionales e internacionales, C.I. PETROMIL S.A., construye una nueva planta Mayorista NO interconectada en Yumbo (Valle), para atender el Sur-Occidente del país. (Petromil, 2007).

Nuestra Imagen

El código de colores de Petromil, refleja el profundo respeto por la naturaleza: el azul de nuestros cielos y el Mar Caribe, el amarillo del sol, que es energía y también es combustible.

PETROMIL es una empresa ágil y dinámica con una imagen corporativa que **proyecta** modernidad, solidez y amabilidad, indudablemente un nuevo símbolo de progreso y trabajo orgullosamente colombiano. (Petromil, 2007).

2.1 Misión

Comercializar productos derivados del petróleo y servicios conexos adecuados a las necesidades de los clientes, de manera segura y rentable, con excelente calidad, con responsabilidad social y ambiental. (Petromil, 2007).

2.2 Visión

PETROMIL S.A.S será la mejor opción en la comercialización mayorista de productos derivados del petróleo y gas natural, de amplio reconocimiento por sus clientes, trabajadores y comunidad general. (Petromil, 2007).

2.3 Organigrama

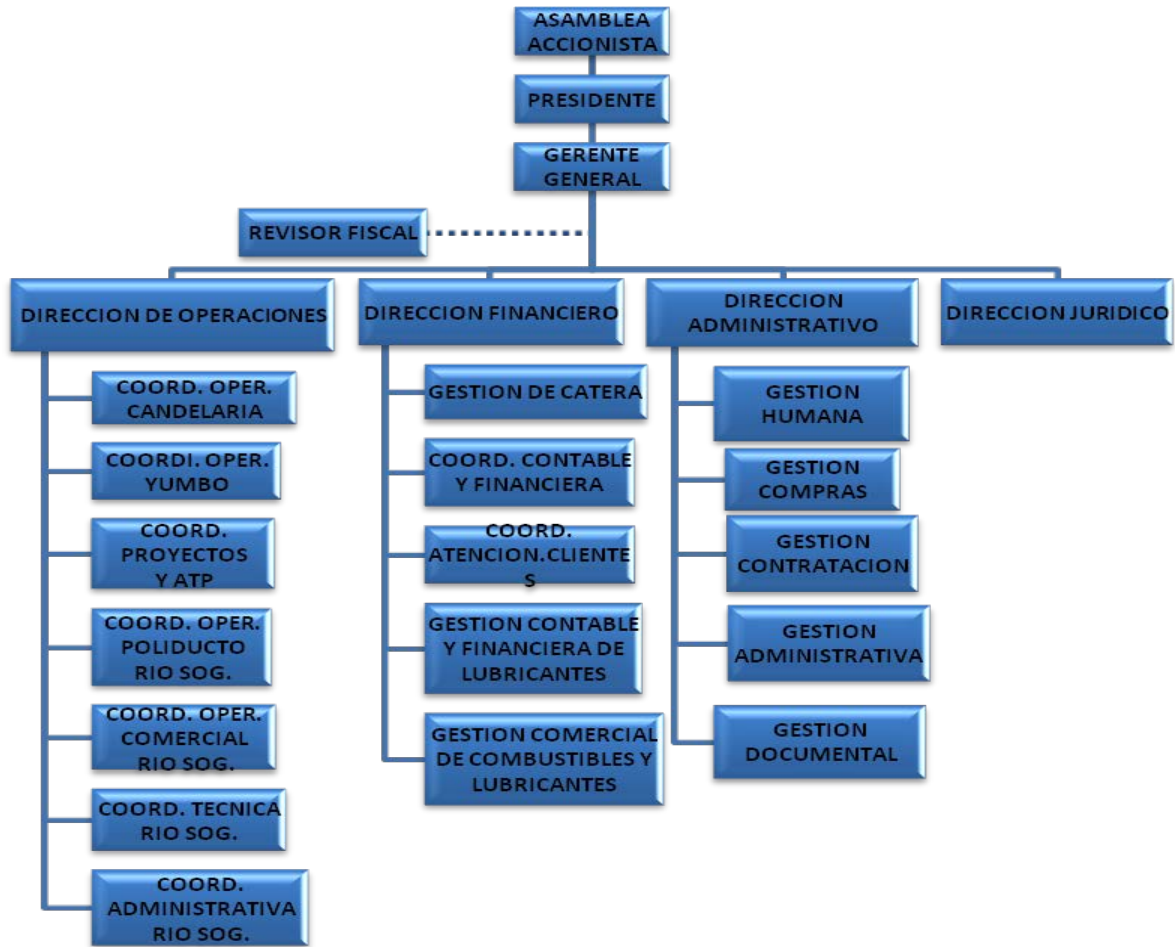


Figura 1. Organigrama PETROMIL SAS

Fuente: Petromil. (2007). Organigrama. 2007, de Petromil Sitio web:

<http://192.168.1.2:8080/OpenKM/frontend/index.jsp>

3. Cargo y Funciones

El cargo a desempeñar es **Aprendiz Universitario** en la **Unidad de comercialización y distribución de Lubricantes**, Que es dependencia de la Dirección financiera y comercial.

A continuación se describirán las funciones desarrolladas por el estudiante en práctica del Grupo Interno de Trabajo Control Carga y Tránsitos dentro de Sociedad Portuaria.

Identificar, evaluar y desarrollar nuevas oportunidades de negocio para la unidad de lubricantes, a través de estrategias de mercadeo y ventas enfocados en el sector: el mercado de lubricantes va en constante crecimiento y es un mercado de oportunidad ya que no brinda la posibilidad de fidelizar al cliente con una sola marca a no ser que el vehículo se encuentre con garantía de su casa matriz, por tal motivo toca estar buscando negocios día a día y ofrecerle al cliente propuesta llamativas o diferentes a los demás, sin que eso afecte las utilidades esperadas por la empresa o una depreciación del producto.

Realizar una prospección del mercado, captación de nuevos clientes y posterior fidelización de los mismos: la unidad de Lubricantes se encuentra en constante crecimiento, es una marca que no es reconocida en el mercado por lubricantes pero si tiene un alto reconocimiento en combustibles y demás productos del mercado, esto facilita que al momento de presentarnos a un cliente logremos una confianza casi inmediata por la experiencia en otros negocios.

Apoyar a la Dirección Financiera y Comercial para la realización de los análisis del mercado, análisis de precios, estudios de competencia y definición de las estrategias comerciales para la unidad de lubricantes PETROMIL: al ser un mercado que va en constante crecimiento, por ser un producto que está compuesto por unas bases más aditivos los

cuales son importados hacen que el precio del producto sea cambiante y en los últimos tiempos por el aumento en la TRM los productos vallan al alza y no la baja, que significa esto que las grandes empresas que lograron negociaciones de aditivos con la TRM a menos precio pueden mantener el precio del lubricante y no se van a ver afectada su tabla de precios y las empresas que no tienen existencias de bases a precio bajo y les toco comprar bases con la nueva TRM les toco modificar sus precios para no vender sus productos a perdida, en este caso a nosotros nos toco subir el precio y ajustarlos según la competencia para no irnos muy lejos del precio que se mueve en el mercado.

Responder por la apertura y mantenimiento de clientes: “Lo difícil no es hacer el cliente si no mantenerlo” el trabajo no termina cuando ya se obtiene el cliente, a penas el trabajo va empezando ya que viene el trabajo de atenderlo día a día y satisfacerle sus necesidades, escucharle sus quejas, reclamos y felicitaciones por los servicios o productos ofrecidos por la empresa.

Implementar acciones de fidelización para clientes actuales: en su momento la unidad de lubricantes no tenía ninguna acción de fidelización para los clientes, como practicante de la empresa se empezaron a aplicar campañas de promoción por mayores compras, descuentos por pronto pago, ventas a costo por excedentes de producción, condiciones de pago, charlas sobre la manipulación de lubricantes usados en los negocios.

Presentar al Dir. Financiera y Comercial proyectos de negocio viables para el crecimiento de la unidad de lubricantes: se presentó proyecto para la reestructuración de la unidad de lubricantes ante la Gerencia, por un capital de 600.000.000 de pesos el cual fue aprobado por Gerencia, ya que cumplía y superaba sus expectativas frente al negocio de

lubricantes, el proyecto se encuentra en desarrollo por parte de la dirección financiera y comercial.

Apoyar a la Dirección Financiera y Comercial a Implementar acciones de mercadeo y ventas que contribuyan satisfactoriamente al cumplimiento de las ventas: se implementaron acciones que no existían en ese momento, como el raspa y gana en las estaciones de servicio, la bonificación en venta a los isleros de las estaciones de servicio, existía un producto que estaba en STOCK por más de 3 años y se empezó a vender por debajo del costo de compra en su momento y en otras posibilidades lo regalamos por compras de otros productos, esta decisión se tomó basado en que era mejor regalarlo que votarlo ya que el costo de recolección como producto peligroso es elevado.

Elaboración de procedimientos e instructivos de la unidad de lubricantes para el SISTEMA INTEGRADO DE GESTION: en la unidad no existía un solo procedimiento o instructivo el cual facilitara su operación por alguna persona que en algún momento viniera a reemplazar a la persona que la maneja actualmente, por eso se entró a observar cómo era el proceso desde el momento que se salía a vender hasta el momento que las personas recibían la mercancía. Se organizaron las ideas y se crearon los procedimientos de la unidad.

Elaboración de fichas técnicas y brochure o catálogo de ventas de producto: la unidad no contaba con fichas técnicas bien elaboradas de los productos que fueran bien vistas por los clientes y tampoco un catálogo para ofrecer los productos, se presenta diseños elaborados por el estudiante ante la gerencia y la dirección, los cuales fueron aceptados y aplicados a la unidad.

4. Marco Normativo

Resolución 124063 del 25 de marzo del 2008, autorización como distribuidor mayorista de combustible en la cadena de distribución.

Decreto ley 1056 de 1953, código de petróleos.

Ley 39 de 1987 y ley 26 de 1989, distribución y transporte.

Ley 681 de 2001 subsidios en zona de fronteras, libre acceso al sistema de poliductos.

Ley 812 del 2003, creación de la cadena de distribución.

Ley 693 de 2001, 939 de 2004 y 1205 de 2008, gasolinas oxigenadas, biocombustibles.

Ley 1151 de 2007, 1450 de 2011 PND, SICOM Y FEPC.

Ley 1430 de 2011, reforma tributaria.

Ley 1607 de 2012, régimen de impuestos y distribución en zonas de frontera. (Petromil, 2007).

5. Aportes

5.1 Del Estudiante a la Empresa

La Realización de un brochure en el que se detalla los productos que comercializa la unidad de lubricantes.

Este brochure contiene de manera interactiva y resumida la imagen del producto, su composición físico- química, su principal uso en los vehículos o maquinas, diferentes presentaciones ofrecidas.

La elaboración de las fichas técnicas para los productos ofrecidos por la empresa.

Las fichas técnicas se diseñaron con base en la información suministrada por los distintos fabricantes de los productos ofertados, dentro de las fichas técnicas se describe el producto, su uso, especificaciones técnicas, el cuidado que debe tener su uso.

Proyecto para la reestructuración y creación de la unidad de lubricantes. Viendo las distintas falencias en la unidad de lubricantes y aprovechando la oportunidad que gerencia le da al practicante para mostrar un proyecto que ayude al impulso del negocio, se presenta un proyecto que incluye: un plan minucioso de marca, la creación de una bodega almacenamiento y distribución que facilite la recolección de los productos en los proveedores y la distribución unificada a nuestros clientes, además de la contratación de un grupo de comerciales que impulsen el producto en el mercado y una reestructuración de precios que permita penetrar el mercado, viendo la viabilidad del proyecto la junta directiva aprueba al practicante el proyecto con un presupuesto de 500.000.000 de pesos ejecutables dentro del presupuesto del año 2016.

Tabla 1. Estructura de costos para la Unidad de Lubricantes Año 2016

ITEMS	METROS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL 1RA INVERSION	VALOR MENSUAL	PROVISION X 4 MESES
ARRIENDO BODEGA	98	\$ 20.408	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 8.000.000
SERVICIOS PARA FUNCIONAMIENTO DE LA UNIDAD DE LUBRICANTES				\$ 1.138.000	\$ 4.552.000
AGUA		\$ 200.000			
LUZ		\$ 300.000			
TELEFONO		\$ 100.000			
INTERNET		\$ 100.000			
SEGURIDAD		\$ 400.000			
CORREO Y PORTES		\$ 38.000			
CELULARES	6		\$ 456.000	\$ 456.000	\$ 1.824.000
CELULAR COORDINADOR SOLO MINUTOS 2000 MINUTOS	1	\$ 90.000			
CELULAR ASISTENTE COMERCIAL Y CONTABLE 1550 MINUTOS	1	\$ 71.000			
CELULAR OPERADOR	1	\$			

Continuación tabla 1

LOGISTICO 230 MINUTOS		25.000			
CELULAR VENDEDOR 1 2000 MINUTOS	1	\$ 90.000			
CELULAR VENDEDOR 2 2000 MINUTOS	1	\$ 90.000			
CELULAR VENDEDOR 3 2000 MINUTOS	1	\$ 90.000			
DOTACION			\$ 3.060.000	\$ -	\$ -
DOTACION COMERCIAL 1	\$ 510.000	\$ 510.000			
DOTACION COMERCIAL 2	\$ 510.000	\$ 510.000			
DOTACION COMERCIAL 3	\$ 510.000	\$ 510.000			
DOTACION COORDINADOR	\$ 510.000	\$ 510.000			
DOTACION ASISTENTE COMERCIAL	\$ 510.000	\$ 510.000			
DOTACION OPERADOR LOGISTICO	\$ 510.000	\$ 510.000			
REFORMAS Y ADECUACIONES					
MOBILIARIO PARA OFICINAS Y ESTANTERIA PARA BODEGA Y PINTURA		\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ -	\$ -
CONEXIONES DE INTERNET Y LUZ PARA OFICINAS O CUBICULOS DE LA UNIDAD DE ALMACENAMIENTO		\$ 600.000	\$ 600.000	\$ -	\$ -
MONTACARGA MANUAL, PARA FACILITAR EL CARGUE Y DESCARGUE DE NUESTROS		\$ 1.000.000	\$ 1.000.000		

Continuación tabla 1

PRODUCTOS, UBICADO EN NUESTRA BODEGA					
ESCALERA MANUAL PARA BAJAR LOS PRODUCTOS DE NUESTRA ESTANTERIA	3	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ -	\$ -
SISTEMAS DE COMPUTO PARA EL FUNCIONAMIENTO NORMAL DE LA UNIDAD DE ALMACENAMIENTO			\$ 6.000.000	\$ -	\$ -
COMPUTADOR DEL COORDINADOR			\$ 1.500.000		
COMPUTADOR ASISTENTE COMERCIAL			\$ 1.200.000		
COMPUTADOR OPERADOR LOGISTICO			\$ 1.200.000		
TABLET COMERCIAL 1			\$ 700.000		
TABLET COMERCIAL 2			\$ 700.000		
TABLET COMERCIAL 3			\$ 700.000		
SERVICIO DE INTERNET PORTATIL			\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 640.000
MODEM COORDINADOR		\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 160.000
MODEM COMERCIAL 1		\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 160.000
MODEM COMERCIAL 2		\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 160.000
MODEM COMERCIAL 3		\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 160.000
ASEO Y CAFETERIA,		\$	\$	\$	\$ 1.060.000

Continuación tabla 1

INCLUYE SERVICIO DE ASEO 1 VEZ POR SEMANA		265.000	265.000	265.000	
PAPELERIA DE OFICINA Y PRESENTACION DE LA UNIDAD			\$ 3.000.000	\$ -	\$ -
SALARIOS				\$ 21.863.869	\$ 87.455.474
COORDINADOR DE LA UNIDAD DE LUBRICANTES		\$ 9.170.012		\$ 9.170.012	\$ 36.680.046
ASESOR COMERCIAL Y CONTABLE UNIDAD		\$ 2.540.103		\$ 2.540.103	\$ 10.160.412
OPERADOR LOGISTICO		\$ 2.049.244		\$ 2.049.244	\$ 8.196.974
COMERCIAL #1		\$ 2.701.503		\$ 2.701.503	\$ 10.806.014
COMERCIAL #2		\$ 2.701.503		\$ 2.701.503	\$ 10.806.014
COMERCIAL #3		\$ 2.701.503		\$ 2.701.503	\$ 10.806.014
PISTOLA CODIGO DE BARRAS	2	\$ 140.000	\$ 280.000		
IMPRESORA DE ETIQUETAS	1	\$ 400.000	\$ 400.000		
PAPEL FILM PARA EMBALAJE		\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 140.000
ROLLOS DE PAPEL PARA IMPRIMIR	500	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 80.000
CAJA MENOR, PARA PAGO DE IMPREVISTOS		\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 1.200.000
ESTANTERIA		\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ -	\$ -
PUBLICIDAD		\$ 180.000.000	\$ 180.000.000	\$ -	\$ -

Continuación tabla 1

EXHIBIDORES	100	\$	\$		
		60.000.000	60.000.000		
VIATICOS Y GASTOS DE REPRESENTACION	4	\$	\$	\$	
		2.500.000	10.000.000	10.000.000	\$ 40.000.000
BONIFICACION SALARIAL		\$	\$	\$	
		1.823.375	1.823.375	1.823.375	\$ 7.293.501
BONO GERENCIA	\$	\$			
	25.000.000	750.000			
BONO DIRECCION FINANCIERA	\$	\$			
	12.000.000	600.000			
BONO CARTERA LINA	\$	\$			
	3.783.780	189.189			
BONO CARTERA MONICA	\$	\$			
	1.900.000	95.000			
BONO CARTERA YURANI	\$	\$			
	2.083.725	104.186			
BONO CARTERA KATHY	\$	\$			
	1.700.000	85.000			
CUOTA PRESTAMO				\$	
				4.309.688	\$ 17.238.752
TOTAL			\$	\$	\$
			268.140.000	41.232.932	169.483.727
VALOR TOTAL DE LA PRIMERA INVERSION	\$ 437.623.727				
ABONO A LA INVERSION AL 4TO MES DE	\$ 139.637.221				
CREDITO A SOLICITAR AL 4TO MES	\$ 297.986.506				

Fuente: Autor del Proyecto

Tabla 2. Proyección de Venta de Galones al Finalizar Tiempo de Gracia

	INICIO PERIODO DE GRACIA				TERMINA PERIODO DE GRACIA
MESES OPERATIVOS	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16
NUMERO DE GALONES VENDIDOS	6000	7500	9000	10500	12000

Fuente: Autor del Proyecto

Tabla 3. Precios de Referencia para el Año 2016

PRECIO COMPRA GALON	\$ 18.273
PRECIO VENTA GALON	\$ 26.222
UTILIDAD	\$ 7.948

Fuente: Autor del Proyecto

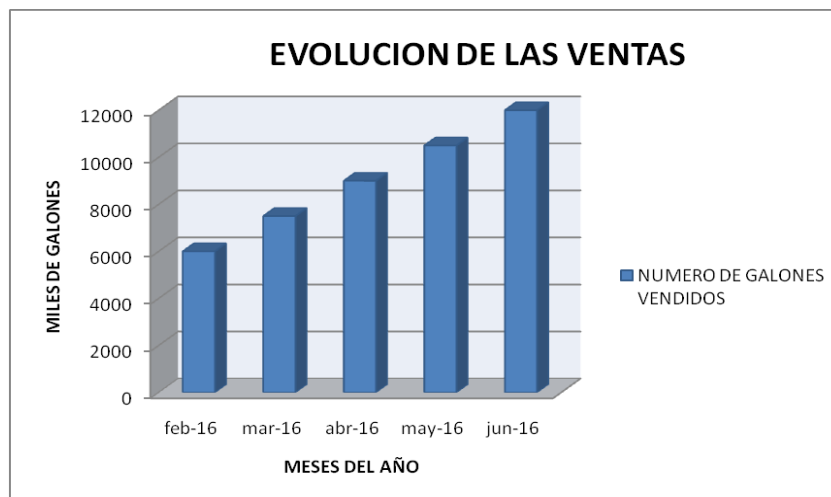


Figura 2. Evolución de las Ventas Año 2016

Fuente: Autor del Proyecto

Tabla 4. Estado de Resultado Febrero

ESTADO DE RESULTADO FEBRERO 2016		
UTILIDAD X GALON	\$ 7.966	
PRECIO COMPRA X GALON	\$ 14.883	
PRECIO DE VENTA X GALON	\$ 22.849	
GALONES VENDIDOS	6.000	
COSTO COMPRA	\$ 89.296.017	
VENTA	\$ 137.093.334	
COMISIONES 3%	\$ 4.112.800	
FLETES 2000	\$ 12.000.000	
UTILIDAD ANTES GASTO	\$ 31.684.517	
GASTOS FIJOS MENSUALES	\$ -	
UTILIDAD DESPUES GASTO	\$ 31.684.517	
CREDITOS BANCARIOS	\$ 4.309.688	
UTILIDAD DESPUES DE BANCOS	\$ 27.374.829	
IMPUESTO RENTA	\$ 6.843.707	POWER FUEL
		\$
RETECREE	\$ 2.463.735	7.920.000
		\$
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	\$ 18.067.387	25.987.387

Fuente: Autor del Proyecto

Tabla 5. Estado de Resultado Marzo

ESTADO DE RESULTADO MARZO 2016			
UTILIDAD X GALON	\$	7.966	
PRECIO COMPRA X GALON	\$	14.883	
PRECIO DE VENTA X GALON	\$	22.849	
GALONES VENDIDOS		7.500	
COSTO COMPRA	\$	111.620.021	
VENTA	\$	171.366.667	
COMISIONES 3%	\$	5.141.000	
FLETES 2000	\$	15.000.000	
UTILIDAD ANTES GASTO	\$	39.605.647	
GASTOS FIJOS MENSUALES	\$	-	
UTILIDAD DESPUES GASTO	\$	39.605.647	
CREDITOS BANCARIOS	\$	4.309.688	
UTILIDAD DESPUES DE BANCOS	\$	35.295.959	
IMPUESTO RENTA	\$	8.823.990	POWER FUEL
RETECREE	\$	3.176.636	\$ 8.640.000
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	\$	23.295.333	\$ 31.935.333

Autor del Proyecto

Tabla 6. Estado de Resultado Abril

ESTADO DE RESULTADO ABRIL 2016		
UTILIDAD X GALON	\$ 7.966	
PRECIO COMPRA X GALON	\$ 14.883	
PRECIO DE VENTA X GALON	\$ 22.849	
GALONES VENDIDOS	9.000	
COSTO COMPRA	\$ 133.944.025	
VENTA	\$ 205.640.001	
COMISIONES 3%	\$ 6.169.200	
FLETES 2000	\$ 18.000.000	
UTILIDAD ANTES GASTO	\$ 47.526.776	
GASTOS FIJOS MENSUALES	\$ -	
UTILIDAD DESPUES GASTO	\$ 47.526.776	
CREDITOS BANCARIOS	\$ 4.309.688	
UTILIDAD DESPUES DE BANCOS	\$ 43.217.088	
IMPUESTO RENTA	\$ 10.804.272	POWER FUEL
		\$
RETECREE	\$ 3.889.538	9.360.000
		\$
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	\$ 28.523.278	37.883.278

Autor del Proyecto

Tabla 7. Estado de Resultado Mayo

ESTADO DE RESULTADO MAYO 2016			
UTILIDAD X GALON	\$	7.966	
PRECIO COMPRA X GALON	\$	14.883	
PRECIO DE VENTA X GALON	\$	22.849	
GALONES VENDIDOS		10.500	
COSTO COMPRA	\$	156.268.029	
VENTA	\$	239.913.334	
COMISIONES 3%	\$	7.197.400	
FLETES 2000	\$	21.000.000	
UTILIDAD ANTES GASTO	\$	55.447.905	
GASTOS FIJOS MENSUALES	\$	-	
UTILIDAD DESPUES GASTO	\$	55.447.905	
CREDITOS BANCARIOS	\$	4.309.688	
UTILIDAD DESPUES DE BANCOS	\$	51.138.217	
IMPUESTO RENTA	\$	12.784.554	POWER FUEL
RETECREE	\$	4.602.440	\$ 10.080.000
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	\$	33.751.223	\$ 43.831.223

Autor del Proyecto

Tabla 8. Estado de Resultado Junio

ESTADO DE RESULTADO JUNIO 2016		
UTILIDAD X GALON	\$ 7.966	
PRECIO COMPRA X GALON	\$ 14.883	
PRECIO DE VENTA X GALON	\$ 22.849	
GALONES VENDIDOS	12.000	
COSTO COMPRA	\$ 178.592.033	
VENTA	\$ 274.186.668	
COMISIONES 3%	\$ 8.225.600	
FLETES 2000	\$ 24.000.000	
UTILIDAD ANTES GASTO	\$ 63.369.034	
GASTOS FIJOS MENSUALES	\$ 36.923.244	
UTILIDAD DESPUES GASTO	\$ 26.445.791	
CREDITOS BANCARIOS	\$ 4.309.688	
UTILIDAD DESPUES DE BANCOS	\$ 22.136.103	
IMPUESTO RENTA	\$ 5.534.026	POWER FUEL
RETECREE	\$ 1.992.249	\$ 10.440.000
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	\$ 14.609.828	\$ 25.049.828

Autor del Proyecto

La elaboración de procedimientos e instructivos de la unidad de lubricantes para incluir en el sistema integrado de gestión OPEN KM. Cuando se llegó a la unidad no existía ningún procedimiento ni instructivo que facilitara la descripción de cada cargo o cada proceso ejecutado dentro de la unidad, viendo que era un indicador que hace tiempo se venía incumpliendo en las auditorías y demás procesos, por iniciativa propia del estudiante, se tomó nota de cada uno de los procesos que se realizaban dentro de la unidad y se transcribieron para que fueran aprobados por el comité de calidad e incluirlos en el sistema integrado de gestión llamado OPEN KM.

Estudio de precios en el mercado. Viendo la continua competencia que se vive en la comercialización de lubricantes, nace la idea de estudiar los precios de la competencia para mirar si el enfoque o cálculos que se tenían establecidos en la unidad eran los indicados para poder satisfacer el mercado nacional.

5.2 De la Empresa al Estudiante

Una de las mejores decisiones tomadas para mi formación como profesional y como persona fue el haber aceptado el reto de trabajar en una empresa como **PETROMIL SAS**, la cual cuenta con un personal altamente capacitado capaz de responder a cualquier actividad los 365 días del año. Sus principales aportes para mi vida fueron: el cumplimiento de horario ya que para la gerencia la puntualidad es requisito para el éxito de las personas, trabajar como equipo para tomar decisiones que comprometían el normal desarrollo de la empresa, la estructuración correcta de matrices de costos y presupuestos, la manera de hacer negocios sin afectar a los compañeros, el respeto es la base de todo negocio ya que si no hay respeto entre las partes no hay negocio, perseverancia para lograr los objetivos ya que en el mundo laboral todos los días se presentan obstáculos que buscan impedir el surgimiento de ideas o proyectos de las personas.

6. Conclusiones

Realizar las practicas universitarias en la empresa PETROMIL SAS, me permitieron colocarme a prueba para saber si los conocimientos que había adquirido durante 5 años en la universidad Santo Tomas fueron lo suficientemente claros para poder afrontar las pruebas que trae el mundo laboral a diario.

Cada ser humano tiene capacidades especiales que lo hacen diferente a las demás personas, por eso es necesario ponerlas en práctica para ser identificado en su área personal y laboral.

Siempre que una persona llega a una organización debe dar lo mejor de sí mismo para sobresalir sobre el común y de esa manera brindarle resultados positivos a una empresa.

Toda organización siempre está a la espera de las nuevas ideas que un practicante pueda aportar al crecimiento de su empresa.

7. Recomendaciones

Se recomienda a la empresa capacitar constantemente a sus empleados en temas de mercadeo y ventas, para ir siempre un paso delante de la competencia.

Involucrarse en eventos macros deportivos, ferias nacionales e internacionales, convenciones, que permitan realizar alianzas estratégicas con empresas de movilidad en Colombia y de esa manera incrementar las ventas de la unidad.

Crear el cargo de coordinador de lubricantes, ya que el mercado debe estar atendido constantemente, el coordinador debe ser la persona que sobresalga de la empresa en el medio de los lubricantes, debe ser esa persona capacitada que visite clientes, vele por la excelente imagen de la marca en los distintos eventos patrocinados que a su vez debe ir a supervisar, debe estar a la vanguardia de convenciones, temas de mercadeo, marcas nuevas en el mercado, etc.

Referencias Bibliográficas

- Aselube. (2013). Glosario de términos y siglas de lubricantes y grasas. Enero 2013, de Lubricantes Sitio web: http://www.aselube.com/media/6071/glosario_de_t_rminos_y_siglas_de_lubricantes_y_grasas_29_enero_2013.pdf
- Normas Apa. (2015). Normas apa. 2015, de Normas apa Sitio web: <http://normasapa.com/>
- Petromil. (2015). Petromil. 2015, de Petromil Sitio web: <http://www.petromilsa.com/>
- Universidad Santo Tomas. (2010). Manual de publicaciones de la American Psychological Association. (6ª edición). México: Editorial Manual Moderno, 2010, de Normas Apa Sitio web: [file:///C:/Users/usuario/Downloads/vbibliotecabmanga20150805095207%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/usuario/Downloads/vbibliotecabmanga20150805095207%20(2).pdf)
- Wikipedia. (2014). Lubricante. 7 de junio 2014, de Wikipedia Sitio web: <https://es.wikipedia.org/wiki/Lubricante>