



**INFORME FINAL DE PRÁCTICAS PROFESIONALES  
INNOVACIONES AJ - DONNA CAPRICCIOSA**

Estudiante:

Manuela Espitia Pacochaga

Código:  
2167761

Asesor de práctica:

Santiago Humberto Castaño Vera

Trabajo presentado como requisito para optar al título de la Institución  
Universidad Santo Tomás,

Facultad de Negocios Internacionales.

Medellín

Noviembre 26 de 2018



## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
1. CONTEXTUALIZACIÓN .....	4
1.1. Título del trabajo: Informe Final de Prácticas Profesionales. ....	4
1.2. Empresa:.....	4
1.3. CARACTERIZACION DE LA EMPRESA .....	4
1.3.1. RESEÑA HISTÓRICA: .....	4
1.3.2. MISIÓN:.....	4
1.3.3. VISIÓN: .....	4
1.3.4. MARCO JURÍDICO:.....	4
1.3.5. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS:.....	4
1.3.6. ORGANIGRAMA .....	5
1.4. ALCANCES .....	6
2. JUSTIFICACIÓN.....	6
3. OBJETIVO GENERAL.....	7
3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	7
4. DIAGNOSTICO.....	7
5. RESUMEN DE LA PRÁCTICA.....	8
6. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	10
7. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN .....	11
7.1. SELECCIÓN DE LA ALTERNATIVA.....	11
7.2. REFERENTES TEORICOS QUE FORTALECEN LA PRÁCTICA .....	13
8. PLAN DE ACCIÓN .....	13
9. RESULTADOS DE LA PRÁCTICA.....	16
10. CONCLUSIONES.....	17
11. RECOMENDACIONES.....	17
12. LECCIONES APRENDIDAS.....	18
13. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS.....	19



## INTRODUCCIÓN

El presente informe tiene la finalidad de dar a conocer la experiencia de las prácticas profesionales realizadas por la estudiante de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás, Manuela Espitia Pacochaga, en la empresa de ropa interior femenina INNOVACIONES AJ.

Inicialmente se realizará una contextualización del entorno interno de la empresa para tener una idea más clara del contexto en el que se desarrollaron las prácticas, se realizará una justificación de la importancia de estas prácticas profesionales, estableciendo un objetivo general y objetivos específicos.

Principalmente se dará a conocer el planteamiento de un problema por medio de la metodología del árbol de problemas y se propondrán alternativas de solución, seleccionando una de ellas que se justificará con referentes teóricos y se analizará desde el contexto económico y social.

Teniendo en cuenta la importancia de la planificación, se dará a conocer el plan de acción ejecutado en los últimos seis meses y finalmente se señalarán algunas recomendaciones y lecciones aprendidas por parte de la estudiante durante su experiencia en las prácticas.

## **1. CONTEXTUALIZACIÓN**

**1.1. Título del trabajo:** Informe Final de Prácticas Profesionales.

**1.2. Empresa:** INNOVACIONES AJ.  
**Marca:** DONNA CAPRICCIOSA.

### **1.3. CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA:**

#### **1.3.1. RESEÑA HISTÓRICA:**

INNOVACIONES AJ fue creada en el año 2013 por el señor Pablo Alejandro Velásquez Muñoz con la colaboración de su grupo familiar, actualmente hace parte del grupo PYMES y teniendo como objetivo crear una marca de ropa interior femenina, nació DONNA CAPRICCIOSA, un nombre en italiano que significa, mujer caprichosa.

#### **1.3.2. MISIÓN:**

“Trabajamos para brindarle a la mujer prendas que se adapten a sus necesidades que la hagan verse única y sienta que alguien se interesó en cumplir sus caprichos”.

#### **1.3.3. VISIÓN:**

“Ser la mejor opción para las diferentes facetas de la mujer actual, con un equipo de trabajo comprometido y un producto que genere confianza en el mercado nacional e internacional”.

#### **1.3.4. MARCO JURÍDICO:**

Es una empresa registrada ante la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, es una organización de tipo personal natural, en la actualidad genera empleo para 15 personas en la planta directa y a 15 más, que se encuentran en los talleres de confecciones satélites.

Cuenta con registro ante la DIAN con los códigos 1410 – Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel y 4642 – Comercio al por mayor de prendas de vestir.

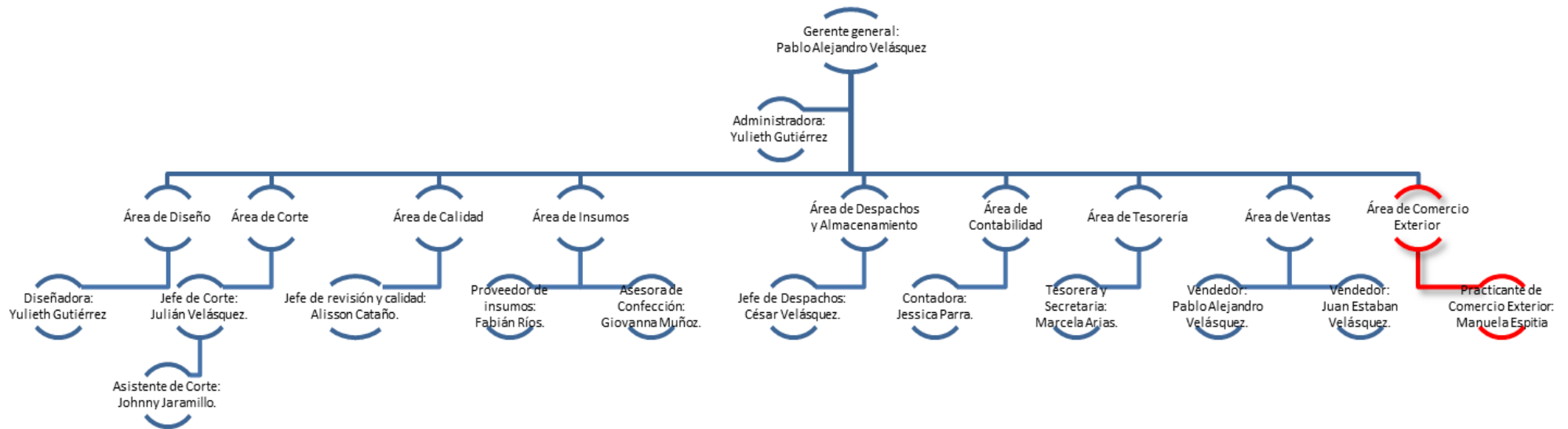
#### **1.3.5. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS:**

Las oficinas principales de INNOVACIONES AJ se encuentran en el municipio de Bello. Es una empresa dedicada al diseño, confección y comercialización de ropa interior femenina, su portafolio de productos cuenta con más de 50 referencias entre brasileras, cacheteros, bralettes, conjuntos y babydolls.

### 1.3.6. ORGANIGRAMA

A continuación se puede observar el organigrama de la empresa INNOVACIONES AJ, donde se debe explicar que la actividad de confección se terceriza. Las piezas cortadas se envían a los talleres de confección satélites y de ahí ingresan las prendas ya terminadas para su respectiva revisión de calidad, por esta razón, no se observa un área de confecciones, sin embargo, hay una persona encargada de asesorar y guiar a las confeccionistas para que el producto final cumpla con los estándares de la empresa.

El área de Comercio Exterior, señalada en rojo, inició con un practicante, por esta razón no se observan más cargos en la misma.



#### **1.4. ALCANCES**

- Creación del departamento de comercio exterior de INNOVACIONES AJ, por medio de la documentación del cargo y parametrización de las funciones del mismo.
- Gestionar los procesos logísticos y aduaneros al interior de la organización, así como también los trámites arancelarios y del régimen cambiario.

#### **2. JUSTIFICACIÓN**

La práctica desempeñada durante estos seis meses ha sido de gran importancia tanto para la estudiante como para la empresa, ambas Partes han obtenido beneficios que contribuyen al crecimiento profesional de la practicante y la expansión de la marca, por parte de la empresa.

Hablando desde el punto de vista de la empresa, la importancia de esta práctica radica en que ya cuentan con un departamento de Comercio Exterior parametrizado, donde se sistematizaron las funciones del mismo, como la investigación de mercados, la realización de criterios de origen, el análisis de tratados de libre comercio, toda la gestión aduanera y cambiara relacionada con las exportaciones que realice la empresa, las entidades colombianas que están a la disposición de asesorar y guiar a las PYMES en el proceso de internacionalización y la búsqueda de negocios con clientes extranjeros. Con la información que se encuentra documentada la persona que vaya a estar a cargo de este puesto, cuenta con un paso a paso de los procesos y esto permite que la empresa no deba invertir tiempo en capacitaciones e investigaciones que ya realizadas.

Desde el punto de vista de la practicante, la experiencia y la oportunidad que le brindó la empresa fue de vital importancia para su desarrollo personal y profesional, dado que, en primer lugar, pudo desenvolverse en un ambiente laboral, asumir y cumplir de la mejor manera con sus responsabilidades, ser una persona autónoma y proactiva, ya que al ser una pequeña empresa, los cargos administrativos debían estar atentos a las múltiples áreas de la misma, dándole a la practicante la libertad de realizar los procesos como mejor fuesen considerados, claramente, con la aprobación de los administrativos. Desde el punto de vista profesional, se pudo aplicar y llevar al plano de la realidad empresarial, la teoría vista en las cátedras universitarias, ya que tenía contacto

con Agencias Aduaneras, entidades gubernamentales como la DIAN, El Ministerio de Comercio Exterior, Procolombia, entidades del sistema moda en Medellín como INDITEX, que realizan eventos importantes como Colombiamoda y Colombiatex, además de participar en diferentes eventos realizados por la Cámara de Comercio, Macrorruedas con Procolombia, entre otros eventos.

Todo lo anterior, permitió que la estudiante tuviera una relación directa con los Negocios Internacionales, ya que empleó lo aprendido durante cinco años de carrera universitaria en su práctica profesional.

### **3. OBJETIVO GENERAL**

Crear el departamento de comercio exterior en una pequeña empresa, realizando procesos administrativos, tareas logísticas y aduaneras dentro de la organización, así como también trámites arancelarios y de régimen cambiario, de acuerdo a las exigencias de las actividades operativas de importación y exportación.

#### **3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Manejar, implementar y controlar la documentación logística y aduanera.
- Realizar criterios de origen, estudios de acuerdos y requerimientos para la exportación de los productos.
- Investigar posibles mercados internacionales, de acuerdo al producto actualmente ofrecido en la compañía.

### **4. DIAGNOSTICO**

En INNOVACIONES AJ el departamento de Comercio Exterior no estaba creado como tal, por esta razón el objetivo principal de las prácticas era la creación del mismo.

Al iniciar este proceso era muy poca la información que existía sobre los mercados extranjeros, la administradora de la empresa posee conocimientos sobre comercio exterior, sin embargo, debido a sus múltiples funciones, no contaba con el tiempo suficiente para que este departamento funcionara. Gracias a esto, la empresa tomó la decisión de contratar un practicante que se encargara de esta área.

La mayor fortaleza que posee la empresa actualmente es que es consciente de la importancia de dar a conocer la marca en los mercados internacionales y no solamente en el mercado colombiano; partiendo de esto, las personas tenían una buena disposición para colaborar con la información necesaria, para asistir a reuniones donde fueran requeridos o impulsar a la practicante para que fuera más allá de lo esperado.

Una de las posibles problemáticas que pudieran darse durante las practicas, es que dependiendo de la persona a cargo de las mismas, había cabida para posibles errores en los procesos logísticos y aduaneros, ya que por las cuestiones de tiempos reducidos de los administrativos, la practicante debía ser autónoma y tener la capacidad de resolver las dificultades que se presentaran a lo largo del proceso, lo cual se logró sin afectar las operaciones o finanzas de la empresa.

Hablando precisamente de las fortalezas y debilidades de la empresa como tal, se realizó inicialmente un diagnóstico para evaluar la capacidad que poseía la empresa en el momento para abrirse al comercio exterior.

Inicialmente en términos de producción, la empresa tiene la capacidad de fabricar de 16.000 a 19.000 unidades mensuales de producto terminado y listo para comercializar, sin embargo, no se puede disponer de toda esta mercancía, ya que se debe continuar abasteciendo el mercado nacional. La cantidad que se ofrecerá para exportar a los diferentes destinos, será de 6.000 a 8.000 unidades.

Las fortalezas que presenta la empresa es que cuenta con flexibilidad al momento de cambiar, agregar o eliminar algún componente de una referencia, con el fin de adaptarse a las exigencias de los mercados internacionales.

Las debilidades que presenta es que no cuenta con suficiente capital financiero, dado que los clientes pagan a 60 días, y el tiempo de producción de una referencia es de 20 días, siendo esto un tiempo elevado de producción, se busca reducir los tiempos de producción.

## **5. RESUMEN DE LA PRÁCTICA**

Las actividades directamente relacionadas con la práctica fueron: (i) la investigación de mercados potenciales para el producto ofrecido por la empresa, (ii) la cotización de agencias aduaneras, encontrando la mejor opción, (iii) El análisis de los TLCs para observar los beneficios arancelarios con los respectivos países, (iv) llevar a cabo todo el proceso de exportación de una negociación con un cliente de República Dominicana que se consolidó en

Colombiamoda, que consistió resumidamente en, cotizar los trámites aduaneros con la agencia aduanera, determinar el INCOTERM bajo el cual se iba a negociar, realizar documentos necesarios para la vinculación con la Agencia de Aduanas y la Agencia de Carga del cliente, la elaboración de la factura proforma, hacerle el debido seguimiento al pago del cliente en el exterior por medio del mensaje SWIFT, el diligenciamiento de las cartas de responsabilidad ante los aeropuertos y la Policía antinarcóticos, la elaboración de la factura comercial con los requisitos de la aduana, la participación en el proceso de cambio de divisas por medio de la declaración de cambio y finalmente, participar en el despacho y verificación de la mercancía con la ayuda del jefe de despachos.

Es de suma importancia resaltar que durante todo este proceso el personal de la empresa tuvo una excelente disposición para facilitar cualquier información que no fuera de conocimiento de la practicante, permitiendo así, que todo el procedimiento de la exportación se desarrollara con éxito hasta la recepción de la mercancía por el cliente en República Dominicana.

La metodología utilizada durante la práctica fue exploratoria, descriptiva y explicativa. Exploratoria en el sentido de que era la primera vez que la empresa hacia investigación de mercados y analizaba las posibilidades que había en el exterior; descriptiva, ya que de acuerdo a los eventos que se iban dando en todo el proceso de exportación, se iba documentando la información, es decir, se describían los hechos como fueron observados y; explicativa dado que se da a conocer el porqué de los procesos de exportación o la razón por la cual se debe llegar a determinado mercado, todo esto, basándose en fuentes de información confiables.

Los hallazgos de esta investigación fueron que para la PYMES se recomienda iniciar sus operaciones de comercio exterior en países cercanos, con el fin de reducir los riesgos. Para el producto de la empresa como tal, la ropa interior femenina, países suramericanos como Ecuador, Chile y Perú son una buena oportunidad y, en Centroamérica y El Caribe, Guatemala, Honduras, Jamaica, Costa Rica, Panamá y República Dominicana son mercados potenciales en los cuales ya se inició el proceso de contactar distribuidoras de ropa interior femenina.

## 6. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA



## 7. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

**PROBLEMA:** INNOVACIONES AJ actualmente depende del mercado colombiano para la comercialización de sus productos.

- La principal alternativa de solución es la apertura mercados internacionales, ya que de esta manera pueden continuar con la innovación de sus productos, utilizando insumos y textiles de mayor calidad y precio, además de contar con un público con la disposición de pagar por ello. Se debe tener en cuenta que no solo debe conseguir un cliente de exportación, sino que se debe diversificar el portafolio de clientes extranjeros.
- La segunda alternativa es que en Colombia se preste una línea económica, donde utilicen insumos de menor valor, sin descuidar la promesa de valor de la empresa que es, comodidad y sensualidad al mismo tiempo, sin embargo con esto se estaría solucionando el problema de los clientes que ponen resistencia al pago de los precios que se elevan por el valor agregado, sin embargo, se estaría limitando el crecimiento de la empresa.
- La tercera alternativa de solución para este problema es para que la empresa pueda percibir ingresos a un menor tiempo. La empresa podría comenzar la búsqueda de nuevos clientes que sí puedan cumplir oportunamente con los pagos a 60 días y de igual manera elevar los estándares de exigencia con los pagos de los clientes que actualmente pagan a plazo de 60 días y que se pasan de este plazo, es decir, negociar de otra manera la entrega de la mercancía, con el fin de incentivarlos al pronto pago.

### 7.1. SELECCIÓN DE LA ALTERNATIVA:

La alternativa de solución seleccionada es la primera:

“La principal alternativa de solución es la apertura mercados internacionales, ya que de esta manera pueden continuar con la innovación de sus productos, utilizando insumos textiles de mayor calidad y precio y hay un público disponible a pagar por ello. Se debe tener en cuenta que no solo debe

conseguir un cliente de exportación, sino que se debe diversificar el portafolio de clientes extranjeros”

Si la empresa llegara a expandir su marca hacia los mercados extranjeros, obtendría ingresos en las épocas que el mercado colombiano no los genera, como los meses de enero, febrero y marzo, mientras que si se tiene la opción de exportar por estos meses de baja de demanda, se debe incrementar la productividad de la empresa, siendo esto un beneficio en el contexto social, tanto para trabajadores como para la empresa, ya que no se presenta la situación de que por baja demanda de productos, se deben enviar empleados a sus hogares, debido a la falta de dinero para el pago de nóminas, y esto, sin duda alguna, afecta la economía del empleado y la de la empresa.

Teniendo en cuenta que “Aún dentro de una misma posición de países, por ejemplo dentro de la periferia, se pueden detectar variaciones significativas entre las naciones, tales como tamaño de las economías, demanda efectiva interna, estructura de exportación, y niveles de crecimiento y desarrollo económico” (Smith citado por Reyes, 2001). Cada país del mundo tiene características diferentes, por lo tanto se debe realizar una investigación de mercados para llegar al país que tenga una buena demanda efectiva interna del producto a ofrecer, que posea buenos niveles de crecimiento y desarrollo económico y por lo tanto pueda ser una mejor opción que el mercado nacional.

Desde el punto de vista económico, partiendo de que la cantidad de producción que será ofertada para la exportación es de 6.000 a 8.000 unidades se deben considerar los siguientes costos:

- Insumos, telas y encajes para la producción: **\$ 3'000.000 COP.**
- Pago de nómina para las confeccionistas: **\$1'600.000 COP.**
- Pago Agencia Aduanera: **\$200.000 COP.**
- Transporte de la mercancía: **\$50.000 COP.**

Para un total de **\$4'850.000 COP** para estar preparados para la exportación aproximadamente.

Valor que se recupera con los ingresos por la exportación y deja un margen para pagar proveedores, invertir en desarrollo de nuevos productos, invertir en nuevos insumos, inclusive que provengan del exterior y de esta manera se incrementa la competitividad de la empresa.

## 7.2. REFERENTES TEORICOS QUE FORTALECEN LA PRÁCTICA

La importancia de las prácticas no solo se evidencian cuando el estudiante se enfrenta al mundo empresarial, también autores han realizado sus apreciaciones teóricas sobre la importancia de las mismas.

En la carrera universitaria se adquieren conocimientos teóricos, pero que son indispensables para realizar una práctica, ya que se implica este conocimiento, como lo indica Clemente, 2007:

“La teoría constituye un conjunto de leyes, enunciados e hipótesis que configuran un corpus de conocimiento científico, sistematizado y organizado, que permite derivar a partir de estos fundamentos reglas de actuación. (...) En educación podemos entender la práctica como una praxis que implica conocimiento para conseguir determinados fines. La práctica es el saber hacer” (Clemente citado por Álvarez, 2012).

La teoría aprendida durante años de estudio son una “propuesta integrada y coherente que no especifica más que principios generales para orientar la práctica escolar como un proceso de resolución de problemas” (Gimeno Sacristán citado por Leymonié, 2011).

## 8. PLAN DE ACCIÓN

Nº	ACTIVIDADES	PROPOSITOS	ESTRATEGIAS	TIEMPO	RESPONSABLE
1	Investigación de mercados.	Conocer los mercados con potencial en Suramérica.	Acceder a las bases de datos de Procolombia y TLCs vigentes de Colombia, para observar las ventajas que poseemos.	Dos semanas.	Manuela Espitia Pacochaga.
2	Investigación por países.	Una vez obtenidos los países potenciales, seleccionar	Obtener datos de importancia como el PIB per cápita, las condiciones de acceso, aranceles	Dos semanas.	Manuela Espitia Pacochaga.



		tres de ellos y hacer una investigación más profunda.	que se deben pagar, si hay TLC o no con dicho país y si se requiere certificado de origen o no.		
3	Hacer una base de los datos recolectados.	Consolidar la información investigada y organizarla en un archivo para facilitar su visualización.	Realizar una tabla en Excel para tener un panorama claro de todos los datos recolectados para realizar una matriz y seleccionar la mejor opción.	Un Mes.	Manuela Espitia Pacochaga.
4	Asistir a asesoría sobre tramitología de exportación con Procolombia.	Lograr tener una capacitación personalizada sobre los documentos y requisitos que debe tener una empresa para iniciar a exportar.	Crear relaciones a largo plazo con la entidad colombiana que facilita el comercio de las empresas.	Una Semana.	Manuela Espitia Pacochaga.
5	Cotizar Agencias Aduaneras para realizar la exportación.	Buscar la mejor opción para la empresa, no solo en precios sino también en el servicio prestado.	Realizar una búsqueda en directorios web de Agencias Aduaneras ubicadas en Medellín y preguntar por tarifas y servicios adicionales que prestan.	Un mes.	Manuela Espitia Pacochaga.



6	Asesoría sobre costeo con Procolombia.	Conocer las herramientas que proporciona la entidad para realizar un presupuesto de los gastos totales que conlleva realizar una exportación y poder estar preparados para cuando llegue el momento real de exportar.	Adquirir la información que facilitará el asesor de la empresa para documentar la misma y pueda servir de guía para los próximos encargados del área.	Una Semana.	Manuela Espitia Pacochaga.
7	Realización de una propuesta comercial para presentar el producto en los mercados extranjeros.	Presentarle a los clientes los productos de una manera dinámica y diferente los productos que ofrece la marca.	Crear una presentación dinámica, con poco texto, donde por medio de las fotografías se pueda expresar lo que se quiere ofrecer y poder llegar al cliente de una forma diferente.	Dos semanas.	Manuela Espitia Pacochaga y Administradora
8	Adquirir el contacto de distribuidoras en los países meta.	Tener contacto con clientes potenciales de la marca para poder enviarles nuestra propuesta e iniciar posibles	Buscar en el motor de búsqueda de Google, tiendas o distribuidoras de ropa interior femenina en el país de interés y buscar un correo	Dos Meses.	Manuela Espitia Pacochaga.

		negociaciones.	de contacto en su página web		
9	Asesoría sobre criterios de origen con Procolombia.	Conocer cómo se realizan los criterios de origen ante la DIAN y la normativa sobre esto.	Llevar a la asesoría prendas de la marca para realizar el ejercicio en compañía con el asesor, al igual que documentar todo lo aprendido.	Una Semana.	Manuela Espitia Pacochaga.

## 9. RESULTADOS DE LA PRÁCTICA

El mayor aporte para la empresa fue dejar el puesto de comercio exterior estandarizado, con los procesos que se deben hacer en una exportación, explicados paso a paso y las funciones de la persona a cargo.

Otro de los aportes de la práctica fue la investigación de mercados, cuyo resultado fue compilado en una matriz donde se pueden observar datos de importancia como población femenina, ingresos por persona, si es necesario el certificado de origen, los aranceles que deben pagar los clientes en el otro país, los precios a los cuales se comercializa la ropa interior en el país meta, todo esto para cuestiones de determinar precios internacionales de los productos.

También se consolidaron relaciones con una Agencia de Aduanas que prestó un excelente servicio durante todo el proceso de exportación, estaban a la disposición de la empresa cada vez que fuera necesario, al igual que solucionaban dudas que podían presentarse a lo largo del proceso.

La empresa cuenta con un asesor personalizado en Procolombia de Medellín, que actualmente trabaja en conjunto con Procolombia de Guatemala y El Caribe para guiar a la empresa a llegar a estos mercados, por medio de estudios de mercado y brindando contactos de distribuidoras de ropa interior en estos países.

Lo anterior se consolidó gracias a la asistencia al Foro “La integración el mejor camino al desarrollo” organizado por la Universidad Santo Tomás, la Cámara de Comercio Colombo Centroamérica y El Caribe y la Alcaldía de Bello, donde en las reuniones individuales con los representantes de los países participantes se obtuvo su contacto y nos enlazaron con asesores de las Cámaras de

Comercio de los respectivos países para la búsqueda de clientes potenciales, este proceso se está llevando a cabo durante en la entrega de informe.

Finalmente se está a la espera de la participación de la empresa en la Macrorrueda 75 organizada por Procolombia, que se realizará los días 3, 4 y 5 de abril de 2019 para darle a conocer el producto a compradores internacionales.

## **10. CONCLUSIONES**

La experiencia mutua entre la practicante y la empresa fue buena, los resultados y el desempeño fueron los esperados por parte de la empresa y de la practicante. La estudiante pudo tener contacto directo con todo el proceso de exportación, documentos aduaneros y régimen cambiario, donde se debió hacer una aplicación completa de los conocimientos obtenidos a lo largo de la carrera universitaria, además de contar con el apoyo incondicional de profesores de la universidad con gran experiencia en el área de régimen aduanero y gestión de exportaciones.

La empresa logró vivir la experiencia de exportar y aprender sobre dificultades mínimas en producción, despachos y recepción de pagos internacionales, algunos detalles que se deben tener en cuenta al momento de exportar que ya poseen el conocimiento necesario para tenerlos en cuenta en la próxima exportación, a pesar de que cada negociación es diferente.

También se logran ver las ventajas que trae consigo no depender solamente del mercado colombiano, ya que hay mercados dispuestos a pagar un precio mayor por el producto que ofrece la empresa, mercados como el del Caribe y Centroamérica demostraron ser una buena opción para la marca, no solo por su cercanía, sino también por los beneficios arancelarios que tenemos entre países.

## **11. RECOMENDACIONES**

Insistir en llegar a los mercados internacionales es una opción que debe ser considerada en la actualidad, no desistir de dar a conocer la marca en otros mercados, ya que la empresa cuenta con un producto que tiene valor agregado y es un producto por el cual Colombia es reconocido en el exterior, es decir, hay múltiples oportunidades y a pesar de que es un proceso que requiere tiempo y dedicación principalmente en investigar, es rentable para el desarrollo de la empresa.

En la primera exportación se cumplió con el tiempo estipulado y negociado, sin embargo, respecto a las fechas de despacho de la mercancía tener la plena seguridad de que sí se podrá cumplir con los plazos y no estar sobre el tiempo, ya que las multas por retrasos o incumplimiento son altas, además de deteriorar la relación con el cliente.

Como última recomendación, puede enfocarse en la entidad que recibe los pagos internacionales. Contar con un aliado bancario que facilite todo este proceso cambiario, siendo el pago uno de los factores más sensibles de todo el proceso, es fundamental para las operaciones de exportación de la empresa.

## **12. LECCIONES APRENDIDAS**

- La lección más importante de toda esta experiencia no fue en el ámbito profesional, sino personal, ya que el hecho de que el departamento de comercio exterior no contara con una persona que guiara las actividades del practicante puede generar cierto temor por parte del estudiante, sin embargo el hecho de asumir la practica con seguridad y salir de la zona de confort donde siempre hay una indicación de qué se debe hacer, me ayudó a conocer que puedo llegar hasta donde me lo proponga.
- Colombia cuenta con Instituciones dispuestas a guiar a las empresas en su proceso de internacionalización, como lo son Procolombia, INEXMODA, el Ministerio de Comercio Exterior, la DIAN, la Cámara de Comercio de Medellín, entre otras, todas estas entidades ofrecían conferencias, charlas y asesorías gratuitas, lo cual es un gran apoyo para las empresas que no tienen conocimiento y que por las dificultades que se les presentan en el camino de exportación, deciden detenerse.
- En el ámbito profesional, el hecho de poder aplicar las enseñanzas de la universidad en el plano laboral, fue el mayor aporte a mi desarrollo como profesional, ya que en las cátedras era solo teoría que quizás en su momento no se le presta la atención que merece, pero es una importancia que el estudiante solo dimensiona cuando debe enfrentarse al mundo real de las empresas. También pude observar la importancia de que las empresas y las universidades estén relacionadas, ya que el conocimiento reciente que está adquiriendo un estudiante, fortalece mucho los procesos de las empresas, que pueden estar alejadas de la academia.



### 13. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez, A. (2012). *La Relación Teoría-Práctica En Los Procesos De Enseñanza-Aprendizaje*. Universidad de Cantabria. Recuperado de <https://revistas.um.es/educatio/article/view/160871/140871>

Leymonié, S. (2011). *Desde La Teoría A La Práctica: Una Experiencia De Articulación*. Universidad Católica del Uruguay. Recuperado de <https://www.onsc.gub.uy/onsc1/images/stories/Publicaciones/RevistaONSC/r46/46-04.pdf>

Reyes, G. (2001). *Teoría De La Globalización: Bases Fundamentales*. University of Pittsburgh, USA. Recuperado de <https://webs.ucm.es/info/nomadas/3/gereyes.pdf>