



UNIREMINGTON®
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON
RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996

**FORMATO
INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CÓDIGO:
VERSIÓN: 01**

PRACTICA EMPRESARIAL

NOMBRE DEL ESTUDIANTE

DANIELA BETANCUR BERMUDEZ

JUAN JACOBO GIRALDO BOTERO

DOCENTE

ANA MARÍA BETANCUR DÍAZ

**DIAGNÓSTICO, PLAN DE MEJORAMIENTO Y PLAN DE INTERVENCIÓN
PROPUESTA DE MEJORAMIENTO EMPRESARIAL PARTIENDO DE LA
ADECUADA GESTION DE LOS PROCESOS INTERNOS DE INTERNACIONAL DE
EMPAQUES COMO LO SON LOGISTICA, COMERCIAL Y PROCESO DE
PRODUCCION**

PRÁCTICA EMPRESARIAL

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON

MEDELLÍN

2022



 UNIREMINGTON® CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON <small>RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996</small>	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
--	---	--------------------------------------

Tabla de contenido

Contenido	
Glosario.....	3
Introducción	3
1. Título del proyecto.....	5
2. Resumen del proyecto.....	6
3. Planteamiento del problema.....	7
3.1 Pregunta problematizadora.....	7
4. Objetivos	8
4.1 Objetivo general	8
4.2 Objetivos específicos.....	8
5. Delimitación.....	9
5.1. Delimitación espacial	9
5.1.1. Razón social.....	9
5.1.2. Objeto social de la organización o empresa Actividades a las que se dedica la empresa.....	9
5.1.3. Representante legal.....	9
5.1.4. Descripción o reseña histórica de la empresa	9
5.1.5. Misión.....	10
5.1.6. Visión.....	10
5.1.7. Valores corporativos.....	10
5.2. Delimitación temporal.....	11
6. Alcance	11
7. Marco teórico, Estado del arte	16
8. Marco metodológico	22
10. Resultados y/o conclusiones	27
11.1. Recomendaciones.....	27
Bibliografía	28

	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
---	---	--------------------------------------

Glosario

A continuación, brindaremos una serie de palabras y conceptos claves para dar mayor claridad al texto, el contexto situacional que se expone y las dinámicas propuestas.

Cultura Organizacional: Es el conjunto de todas aquellas propiedades y caracterizaciones que componen rasgos propios y valores de una institución u organización, sin ella se carecería de identidad, no se crearía una personalidad de marca. Todo lo anterior se entiende desde un punto de vista colectivo en pro de favorecer el esfuerzo mutuo de todas las personas que trabajan según unos lineamientos propuestos.


Competencias Críticas: Definición propuesta por la universidad EAFIT (EAFIT 2018). (Core competencies) Se refiere a las competencias y destrezas particulares de una compañía que mejor contribuyen a su habilidad para competir.

Comunicación integrada de Marketing: proceso que coordina e integra todas las herramientas, vías y fuentes de comunicación de marketing de una empresa dentro de un programa uniforme que maximice el impacto sobre los clientes y otras partes interesadas a un costo mínimo.

Medios selectivos: (Selective Media) Medios que, a diferencia de los medios de comunicación, acuden solo a pequeños y resaltados grupos de personas, por ejemplo, miembros de una profesión en particular o industria u otros grupos definidos por la información geográfica, demográfica o psicográfica (conocido de otra manera como medios objetivados).

Sistema integrado de la calidad (SIGc): conjunto de políticas, objetivos, procesos, documentos y habilidades que nos permiten de una forma u otra conseguir ese grado y estándar de calidad, no solo a nivel de producto, también organizacional, buscando obtener un grado alto de satisfacción por parte del mercado.

Plataforma de marca: Acorde a la definición propuesta por el programa Brand Chanel de la universidad EAFIT (EAFIT 2018).


	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
---	---	--------------------------------------

(Brand Platform) La plataforma de la marca consta de los siguientes elementos:

- Visión de la marca. (Brand Vision) El ingenio de la orientación de la marca en su mundo. - Misión de la marca. (Brand Mission) Cómo actuará la marca en ese ingenio.
- Valores de marca. (Brand Values) Código por el cual la marca existe. Los valores de marca actúan como un modelo para medir comportamientos y desempeños.
- Personalidad de marca. (Brand Personality) Rasgos de personalidad de la marca y caracterizaciones de la misma.
- Tono de voz de la marca. (Brand Tone of Voice) Cómo la marca le habla a su audiencia.

Ventaja de un Producto Diferenciador: (Differential Product Advantage) Característica de un producto que es valioso para los clientes y que no se encuentra en otros productos de la misma categoría. Dentro de este tipo cabe también el servicio al cliente y los agregados postventa.

Postventa: Son las relaciones y procesos que se tienen con nuestros clientes una vez hayan adquirido nuestro producto o servicio, el servicio post venta genera que los clientes se sientan acompañados en todo momento y le permite a la marca crear esa cercanía con el cliente que, vista desde el marketing relacional, permite cambiar de paradigma y pasar de tener clientes a tener personas, fieles, íntimamente ligados con nosotros y que de un modo u otro emocionalmente crean esa dependencia basada en un mutualismo empresa-persona, propiciando futuras compras además de reconocer dichas personas como embajadoras de la marca, las cuales seguramente hablarán bien de nosotros permitiéndonos hacer a su vez una buena gestión del Wom (world of mouth marketing).

 <p>UNIREMINGTON CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2661 AGEN JUNIO 21 DE 1996</p>	<p>FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</p>	<p>CÓDIGO: VERSIÓN: 01</p>
--	--	--


Introducción

En el presente trabajo se busca ofrecer una propuesta de mejoramiento empresarial para la empresa Internacional de Empaques, ya que actualmente presenta muchas falencias en la organización de los procesos internos de la misma.

Se debe tener en cuenta que toda empresa u organización debe guiarse por políticas internas de control en cualquier de sus áreas, organigramas de funciones o mapas de procesos, donde se especifiquen correctamente las funciones que desempeña una persona en un área determinada.

Para generar cualquier tipo de propuesta de mejoramiento empresarial es de vital importancia conocer a la empresa en el micro entorno y en el macro entorno, haciendo diferentes tipos de análisis estratégico para conocer en qué lugar está situada la empresa, que quiere lograr, como lo va lograr y hacia dónde quiere llegar.

Conocer muy bien las empresas tanto sus ventajas como desventajas permite identificar puntos críticos que muchas veces frenan los procesos dentro de la empresa, y es a través de todos estos diagnósticos que se logra dimensionar una problemática, con sus causas y subcausas para así ofrecer soluciones oportunas que permitan el correcto y normal funcionamiento de las empresas, a partir de objetivos y metas claras creíbles y alcanzables.

 UNIREMINGTON CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON <small>RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996</small>	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
---	---	--------------------------------------


1. Título del proyecto

PROPUESTA DE MEJORAMIENTO EMPRESARIAL PARTIENDO DE LA ADECUADA GESTION DE LOS PROCESOS INTERNOS DE INTERNACIONAL DE EMPAQUES COMO LO SON LOGISTICA, COMERCIAL Y PROCESO DE PRODUCCIÓN.

2. Resumen del proyecto

Implementación

Para el proceso de implementación, buscaremos generara nuevas prácticas encaminadas a el mejoramiento de los procesos dentro de cada una de las 3 áreas de interés, también reasignaremos tareas buscando que las funciones que desempeñe cada trabajador y trabajadora sean propias de su campo y puedan desempeñar su papel de una mejor manera. Por medio de un sistema integrado de la calidad buscaremos medir, cuantificar y mejorar los procesos indicados con anterioridad de una manera que sea medible y que se pueda evidenciar resultados fomentando un orden y directrices que permitan llevar un control homogéneo dentro de la organización y sus sedes. El objetivo de estos cambios y su implementación se traduce en la mejoría del ambiente laboral dentro de las sedes de la compañía además se pretender generar una claridad y estandarización dentro de los procesos que cada trabajador y trabajadora tiene que realizar según su cargo, el plan piloto lo estaríamos llevando a cabo en la sede de la ciudad de Medellín y eventualmente el mismo modelo seria instaurado en las otras dos sedes: Bogotá y Barranquilla respectivamente.

 UNIREMINGTON CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
--	---	--------------------------------------

2.1 Palabras clave

SIG (sistema integrado de gestion)

CIM (comunicaciones integradas de marketing)

MATRIZ DE VESTER

Máximo 5 mínimo 3: Tomadas del [Tesauro](#)

2.2 Código [JEL](#)


Código JEL : O15

3. Planteamiento del problema

Con la presente propuesta de mejora se pretende dar solución a una problemática de alto impacto en la empresa internacional de empaques, ubicada en la ciudad de Medellín con dos sedes una en Bogotá y otra en Barranquilla.

La empresa se encuentra con graves problemas en cuanto a la gestión de los procesos internos, ya que los colaboradores en su mayoría son reacios a los cambios implementados por los directivos, por esta razón deciden hacer las cosas a su disposición sin tener en cuenta las pautas o correctivos que la administración de la empresa toma, en muchas ocasiones los empleados consideran que hacer las cosas rápido y sin control es la mejor manera de hacer las cosas, resulta que todos estos errores llevan a que mucha información no este documentada y que pocas personas dentro de la misma conozcan el funcionamiento de las áreas o procesos que en esta se ejecutan.

Por todo lo anterior y bajo un profundo análisis estratégico queremos proponer la implementación de la estandarización o manuales de los procesos más importantes dentro de la compañía, según consideramos bajo criterio propio que serían: el área comercial y compras, el área logística y el área de producción.

 UNIREMINGTON CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2661 - MEH JUNIO 21 DE 1996	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
--	---	--------------------------------------

3.1 Pregunta problematizadora

¿Cuáles son las estrategias o los pasos a seguir dentro de la compañía Internacional de Empaques, para que sus procesos internos se lleven a cabo de forma ordenada, correctamente organizada y oportuna sin afectar el logro común de objetivos organizacionales?


4. Objetivos

4.1 Objetivo general

Con el presente trabajo se pretende dar solución a la problemática de gestión de procesos internos en la organización de Internacional de Empaques, partiendo del análisis estratégico de la empresa, atacando los puntos críticos que conllevan a la falta de orden y control interno

4.2 Objetivos específicos

- Ejecutar un detallado y exhaustivo análisis estratégico interno de la organización para determinar los puntos críticos que afectan su normal funcionamiento.
- Definir mapa de procesos o de funciones dentro de las áreas principales a tratar como lo son Comercial y compras, logísticas y producción.
- Proporcionar estrategias que permitan manejar de una mejor forma los márgenes de utilidad de la empresa.
- Implementar un Sistema Integrado de la Calidad con el fin de dar un mayor control a los avances dentro de los cambios organizacionales y la implementación de los mismos.

 <p>UNIREMINGTON CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996</p>	<p>FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</p>	<p>CÓDIGO: VERSIÓN: 01</p>
---	--	--

- Definir un plan de comunicaciones de marketing con el fin de promover la cultura organizacional a través de medios selectivos y generando de este modo una reestructuración o afianzamiento de los valores institucionales y nuevos estandartes diferenciadores que ayudaran a mejorar todo nuestro entorno, áreas afines y nuestra relación con todas esas partes.
- Utilizar los recursos necesarios para diagnosticar los principales problemas que entorpecen la operación y la forma en la cual superarlos

5. Delimitación

5.1. Delimitación espacial

Sede Principal Internacional de Empaques S.A.S, ciudad de Medellín Carrera 51 # 41-224 (prueba piloto)

5.1.1. Razón social

Internacional de Empaques S.A.S


5.1.2. Objeto social de la organización o empresa Actividades a las que se dedica la empresa.

Internacional de Empaques S.A.S, es una empresa dedicada a la comercialización y fabricación de productos para sellado de fluidos, venta de herramienta en general y especifica, además de prestar los servicios de maquinado de piezas en torno industrial, vulcanizadora, reparación de sellos mecánicos, bombas y cilindros.

5.1.3. Representante legal

La señora Claudia Elena Sánchez Mejía en calidad de Gerente general.

5.1.4. Descripción o reseña histórica de la empresa

	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
---	---	--------------------------------------

La empresa internacional de empaques entra por primera vez a operaciones en 1986 hasta el día de hoy, punto en el que es reconocida por ser una empresa dedicada a la comercialización y fabricación de productos para sellado de fluidos, con una perspectiva mercantil que establece como puntos claves el reconocimiento a nivel nacional por la prestación de servicios al mercado de la contención y sellado de fluidos en la industria, la conformación de excelentes equipos de trabajo posicionando el talento humano como pieza clave dentro de sus procesos organizacionales, y las buenas relaciones con clientes y proveedores.

5.1.5. Misión


Como es presentada por los canales oficiales de la empresa INTERNACIONAL DE EMPAQUES S.A.S tenemos que la misión de la empresa se resume en lo siguiente:

Somos una empresa dedicada a brindar soluciones de contención y sellado de fluidos para la industria. Respaldados por más de 30 años de experiencia y trayectoria en el mercado, contamos con excelente talento humano comprometido con la calidad y servicio a nuestros clientes. (INTERNACIONAL DE EMPAQUES S.A.S, s. f.)

5.1.6. Visión

Como es presentada por los canales oficiales de la empresa INTERNACIONAL DE EMPAQUES S.A.S, la visión de la empresa propiamente dicha es:

En 2022 Internacional de Empaques será reconocida como una de las empresas más importantes en Colombia en la prestación de soluciones para el sellado de fluidos, apalancados en el talento humano competente y en la excelente relación con nuestros clientes y proveedores. (INTERNACIONAL DE EMPAQUES S.A.S, s. f.)

 UNIREMINGTON CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2661 MIEN JUNIO 21 DE 1996	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
---	---	--------------------------------------

5.1.7. Valores corporativos

Integridad: Actuamos dentro de los más rigurosos principios éticos y legales

Actitud de servicio: Somos amables, oportunos y eficaces en la prestación de nuestros servicios.

Alto desempeño: Superamos continuamente nuestras metas y optimizamos el uso de recursos para crear valor.


Trabajo en equipo: Valoramos y fomentamos el aporte de las personas para el logro de los objetivos comunes. (INTERNACIONAL DE EMPAQUES S.A.S, s. f.)

5.2. Delimitación temporal

Delimitación temporal y planeador.							
		Mayo - Junio					
Comienzo	Fin	Semana 1 (16 a 22 de mayo)	Semana 2 (23 a 29 de mayo)	Semana 3 (30 de mayo a 5 de junio)	Semana 4 (6 a 12 de junio)	Semana 5 (13 a 19 de junio)	Semana 6 (20 a 26 de junio)
Mayo 16	Junio 26	Definición del enfoque investigativo y origen del problema		Avance 1: Título, glosario, planteamiento o formulación del problema		Avance 2: Objetivos, delimitación, alcance y marco teórico	Avance 3: Metodología, conclusiones, resultados y demás componentes

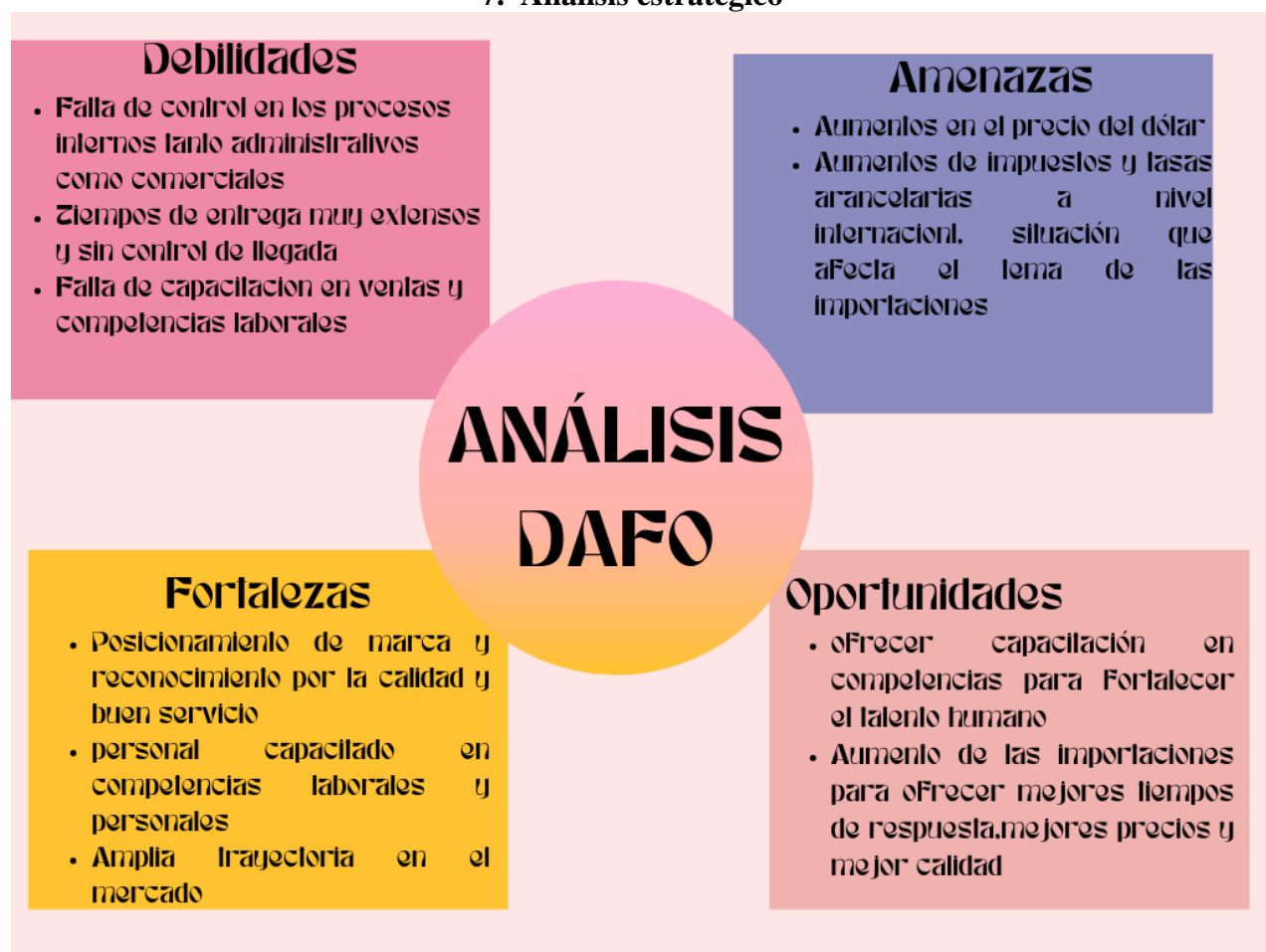
6. Alcance

Como se nos proporciona el libro metodología de la investigación escrito por Roberto Hernández Sampieri (Sampieri, 2014) los alcances de la investigación dependerán de la literatura y de la perspectiva del estudio, y dependen de los objetivos del investigador para combinar los elementos en el estudio. Como el autor muestra en su libro, hay 4 tipos de alcance: Descriptivos,

 UNIREMINGTON® CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2661 - MEH JUNIO 21 DE 1996	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
---	---	--------------------------------------

Exploratorios, Correlacionales y Explicativos, para este informe de practica seleccionamos el de tipo explicativo ya que permite determinan las causas de los fenómenos y generar un sentido de entendimiento a partir de la información analizada, permitiendo plantear soluciones y vías para desarrollo de las mismas.

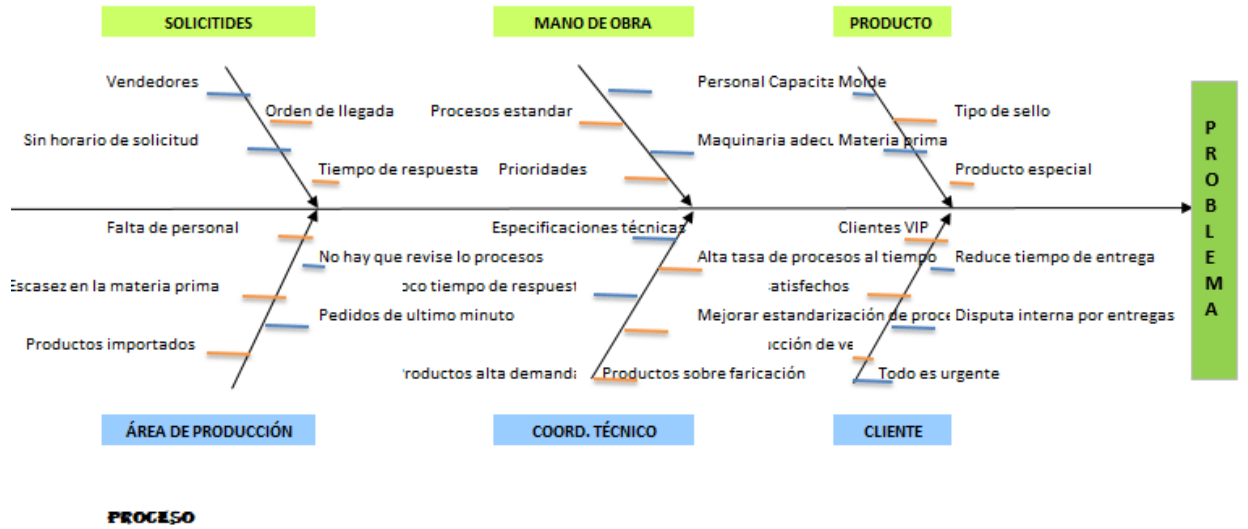
7. Análisis estratégico





Análisis causal

CAUSAS (FACTORES)




LOGISTICA (RECIBO)

Internacional de Empaques S.A.S dedicada a la comercialización y elaboración de productos para el sellado de fluidos de la industria en general.

OBJETIVO GENERAL

Garantizar el adecuado recibo de la mercancía comercializada de la compañía, y así mismo la entrega de la misma y su almacenamiento acorde a las exigencias de las normas del almacenamiento de las mismas

	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
---	---	--

FUNCIÓN GENERAL

- Verificación y conteo manual del 100 % de la mercancía (material de insumo y producción) al momento de su recibo y su despacho según las órdenes de compra que hayan bajado al área de recibo
- Almacenamiento adecuado y reporte de averías a los proveedores, creación de notas de cambio y /o descuento el valor facturación y creación de Roc o informe de la novedad presentada
- Verificación de los stocks de presentación 1 vez por semana
- Verificación diaria de agotados
- Verificación diaria de órdenes de compras que bajen del área de compras
- Entrega y envió de mercancía a los consumidores finales por medio de empresas de entrega tcc y rapidísimo

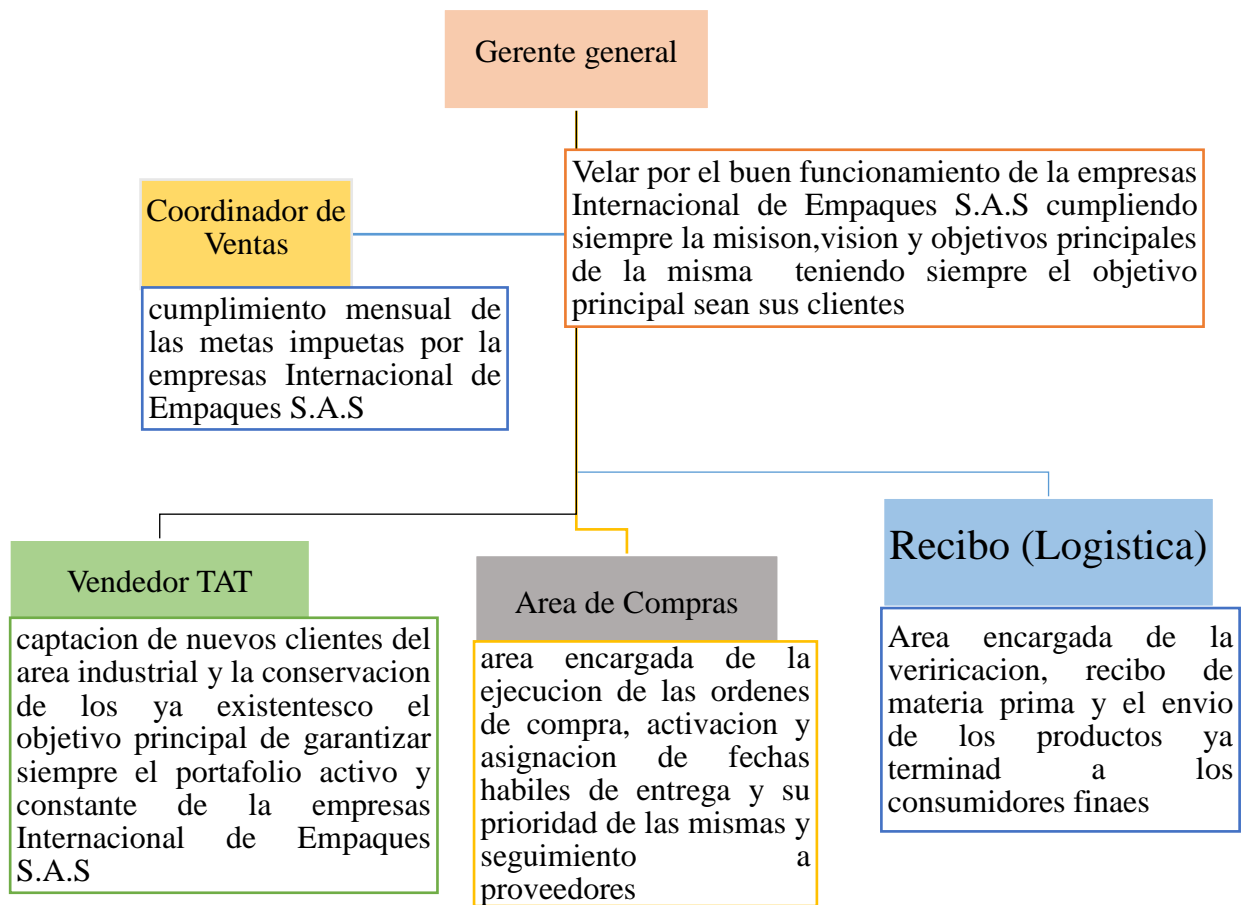
Metas específicas


- ✚ Garantizar el ingreso de 50 órdenes de compra por quincena y salida de 40 órdenes de compra por medio de las empresas de transporte como coordinadora,472, Servientrega, Inter rapidísimo entre otras



- ✚ Cumplimiento de un 95 % con la fecha (días hábiles) de entrega según sea asignada al consumidor final (comprador)
- ✚ Garantizar un 98 % de los pedidos realizados a internacional de empaque S.A.S sean entregados en las mejores condiciones de calidad e inocuidad constante

Organigrama de Internacional de Empaques S.A.S



	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
---	---	--------------------------------------

8. Marco teórico, Estado del arte

En la elaboración del presente trabajo se pretende a través del análisis estratégico de diferentes variables para la organización Internacional de Empaques S.A.S establecer procesos claros y definidos que permitan un mejor funcionamiento interno de la organización y que faciliten el tiempo de respuesta oportuno para todos y cada uno de los requerimientos tanto internos como externos de los clientes y empleados.

La estandarización de los procesos en una empresa le permite abrir nuevos caminos y nuevos negocios, ya que debido a la globalización las empresas tienen que buscar mejoras en sus procesos, mejores oportunidades de respuesta para el público, estándares de calidad que se acomodan las necesidades de clientes y proveedores.

En el caso de Internacional de Empaques, es vital organizar todos sus procesos internos para evitar el desvío de información, la falta de comunicación y evadir responsabilidades, así como también obligaciones que según el área según asignadas.


Todas estas mejoras contribuyen al clima laboral sano y a la comunicación asertiva.

A continuación, las teorías en las cuales basamos el presente trabajo:

Sistema integrado de gestión de la calidad:

Cubillos, Rodríguez (2009) hablan sobre el concepto de calidad, su evolución e importancia para la competitividad, menciona: “Desde el punto de vista conceptual, se pueden identificar claramente cuatro etapas del desarrollo de la calidad: control de calidad, aseguramiento de la calidad, proceso de calidad total y mejora continua de la calidad total”.

A nivel general entonces el concepto es muy amplio y con mucha historia a través de los años,

	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
---	---	--------------------------------------

entonces se tiene la finalidad de mejorar los productos y servicios que se ofrecen, creando y generando valor para los clientes.


Ofreciendo productos de alta calidad se reducen muchos costos de inspección por ejemplo y se logran mejores relaciones con clientes y proveedores.

A su vez, el incentivar a los trabajadores para que den lo mejor de sí mismos, se debe divulgar el liderazgo y el trabajo en equipo en pro de la mejora continua de la organización Juran (1981) la define como ‘la aptitud para el uso, satisfaciendo las necesidades del cliente’.

Al integrar todas las funciones y procesos organizacionales, estos se transforman en mejoras de productos y servicios que se ven reflejadas en la satisfacción y servicio al cliente, de acá la importancia de su implementación.

Utilizando como base algunas ideas planteadas por Guadarrama (2009), él mismo refiriéndose a el marco teórico y cómo para que este sea todo lo sencillo y potente posible, debe poseer tres dimensiones fundamentales: histórica- contextual, conceptual y metodológica.


De lo anterior podemos decir que, basándonos en la primera dimensión, la casuística que encontramos referente a la reestructuración e implementación de modelos y metodologías que permitan establecer un orden y una estandarización, tenemos que un sistema integrado de la calidad sería una forma rápida de detectar las principales falencias dentro de la organización a su vez sería una vía para certificar y garantizar una cultura organizacional homogénea que pueda dar pie a cambiar paradigmas en antiguos colaboradores que quizá no estén tan abiertos al cambio y a nuevas formas de realizar las actividades operativas. Para Manuela Gallón Bedoya autora del libro Sistemas integrados de la calidad, es muy importante el primer diagnóstico que se le hace a la organización o empresa que será intervenida, por ende, es fundamental contar con expertos e inspectores que nos permitan realizar un primer mapeo de la situación en la que se encuentran las distintas áreas que conforman la empresa y su inter-relación con la producción y la prestación de sus servicios para y con los clientes (Gallón, 2019).

	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
---	---	--------------------------------------

Una de las herramientas más efectivas para la mejora continua en las empresas, se conoce como el ciclo PHVA (siglas de Planear, Hacer, Verificar, Actuar). Por medio de esta herramienta, las empresas pueden obtener mejoras en la competitividad, calidad, mayor participación en el mercado, optimización de costos y mejor rentabilidad. Las normas de calidad se basan en este sistema para su estructura.

Contar con las herramientas anteriormente mencionadas no solo se trata de reflexiones como las empresas se encuentran organizadas, de acuerdo al libro, Gestión integrada Pymes el autor (Larrahondo, 2011), nos habla que las empresas deben desarrollar procesos de innovación y el diseño y desarrollo de nuevos productos las enmarcados y cadenas de valor entre otros argumentos, de acuerdo a lo expuesto por este autor como empresa el estandarizar los procesos por medio de marcos de mejora nos ayuda a mejorar nuestro enfoque organizacional, sin embargo como contamos con áreas de producción necesitamos incluir personal dentro de nuestros procesos con capacidades y habilidades de procesos creativos e innovadores, logrando no solo reducir algunos de los procesos si no darle una proyección adicional a nuestro producto y servicio.


Como primer paso antes de poner en marcha este sistema integrado nos apoyaremos un plan de comunicaciones integradas de marketing, por medio del cual buscaremos en primera instancia dar a conocer las nuevas directrices, los cambios que vayan haber en la cultura organizacional, así como sus componentes, valores y objetivos. Debido a lo mucho que se puede extender lo anterior, y los diferentes puntos por donde se puede comenzar a atacar este aspecto, es que nos decantamos por un CIM que nos pueda dar menores costos en las comunicaciones y los canales

	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
---	---	--------------------------------------

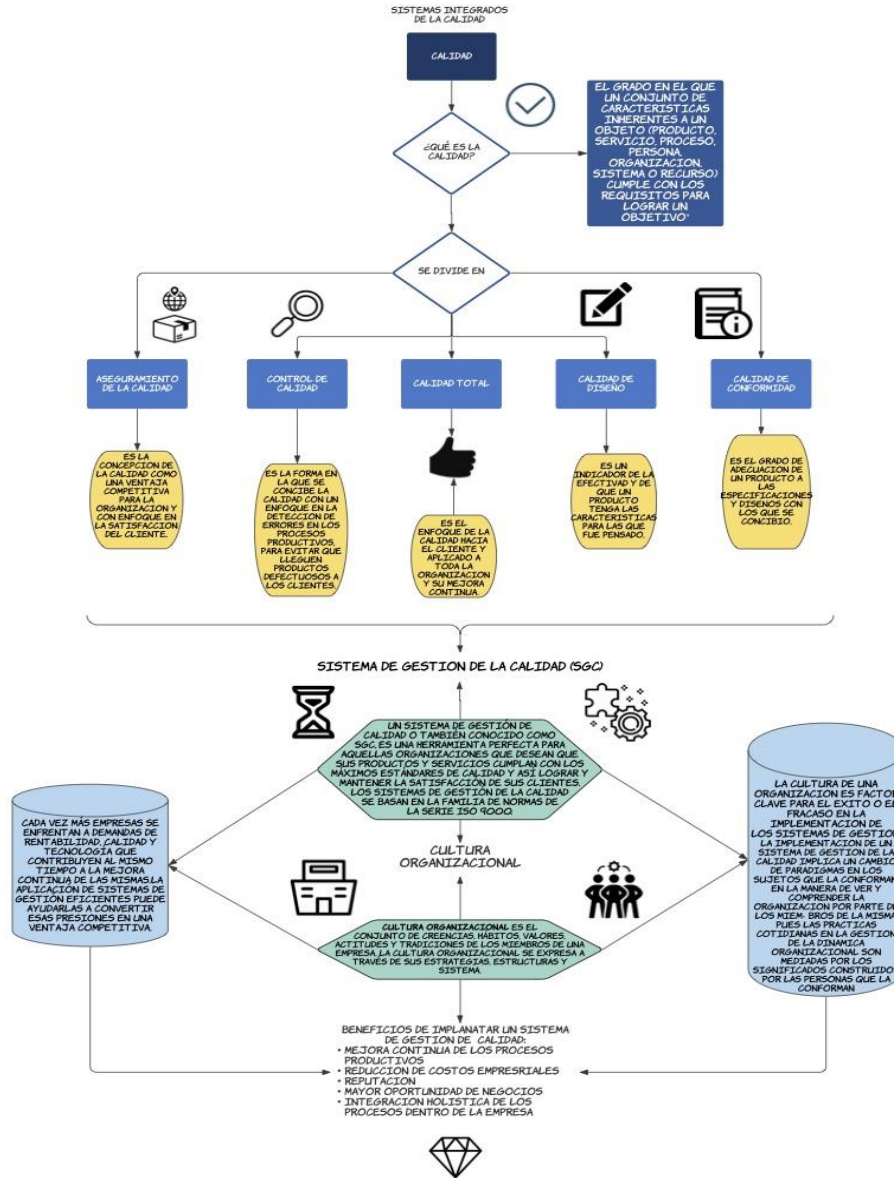
para difundirlas, para informar a nuestro cliente interno, y a su vez para dar una mejor gestión de las comunicaciones que vallamos teniendo con nuestros clientes y proveedores conforme se mejoran procesos, se estandarizan y si es necesario conforme se abaraten o encarecen algunos costos.


Estos costos van muy de la mano a que es necesario apoyarnos con nuestro departamento de marketing, como compañía Internacional de Empaques, establecer estrategias que nos permitan la reducción de algunos costos sin dejar a un lado la venta inteligente, ya que si bien debemos revisar y estar al tanto de los procesos internos y saber cómo organización que tanto alcance tenemos, debemos paralelamente ir mirando el mercado y las oportunidades que debemos manejar de forma inteligente logrando que este nos proporcione rentabilidad, (Leonardo Rischele Raimundo Godoy, 2020) nos propone “ Manejo de modelos mentales, Triangulo de la gestión, Entendemos que las personas, las tecnologías y los procesos son elementos necesarios para cualquier transformación empresarial, ellos son los que contribuyen y fortalecen la cultura comercial equilibrarlos y aprovecharlos contribuyen a los resultados del negocio.” Dicho lo anterior como empresa sin bien es necesario ayudarnos de herramientas que permitan el mejoramiento de nuestros procesos sin embargo contar con un personal que cuente con competencias afines nos va a permitir llegar a alcanzar los objetivos deseados.

Para la asignación de los precios tenemos que tener en cuenta alguna de las variables más representativas, todos los que son costos de producción y distribución van a verse disminuidos a medida que nuestros productos impacten más el mercado, que los tren puntos principales con los que cuanta la empresa sean mayor posicionados, ya que este es un factor de estímulo a la

 UNIREMINGTON CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON <small>RES. 2661 - MESE JUNIO 21 DE 1996</small>	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
--	---	--------------------------------------

demanda, esto no solo se trata de conocer mejor a nuestros clientes sin no demás ver que dentro de nuestras capacidades podemos aportar, en donde claramente juega la satisfacción, exclusividad, y la calidad. La segmentación de los diferentes canales y más alta demanda jugara un factor importante para poder establecer los precios de los productos con los cuales cuanta nuestro portafolio de productos, (Abadse, 2016)



	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
---	---	--------------------------------------

8. MARCO METODOLÓGICO


GERNERALIDADES

Según Arias (2012 p.13) proceso de conocimiento que implica una relación entre dos elementos esenciales, sujeto y objeto, entendido como sujeto la persona que busca obtiene o posee conocimiento, el objeto como el hecho fenómeno tema o material, que el sujeto estudia, dicho de otras palabras en el siguiente marco se desarrolla cada uno de los elementos y herramientas que será utilizadas con el fin de poder llevar a cabo los objetivos plasmados para la empresa Internacional de Empaques S.A.S.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo de esta investigación bajo tipo de método utilizado para este proyecto es Inductivo, en donde en las características particulares de cada uno de los puntos de investigación anteriormente presentados se llevaron a cabo con el fin de proponer una mejora ante el problema propuesto en las estrategias o los pasos a seguir dentro de la compañía Internacional de Empaques, para que sus procesos internos se lleven a cabo de forma ordenada, correctamente organizada y oportuna sin afectar el logro común de objetivos organizacionales.

Para Dávila Newman, Gladys (2006 P.187) El método inductivo se conoce como experimental y sus pasos son: 1) Observación, 2) Formulación de hipótesis, 3) Verificación, 4) Tesis, 5) Ley y 6) Teoría. La teoría de la falsación funciona con el método inductivo, por lo que las conclusiones inductivas sólo pueden ser absolutas cuando el grupo a que se refieran será pequeño: por ejemplo, si uno advierte que todos los alumnos de pelo rizado de un grupo escolar lograron en

	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
---	---	--------------------------------------

ortografía calificaciones superiores a las del promedio, una conclusión legítima será que todos los morenos de ese grupo muestran calificaciones superiores a las del promedio.

ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Este enfoque cuantitativo se tomara de acuerdo a las diferentes encuestas planteadas por la empresa Internacional de Empaques, en la ciudad de Medellín, con el fin de poder identificar cuales son los factores que están afectando a los procesos de la organización por medio de una investigación interna donde todos los empleados en cada una de las áreas expuestas dan sus puntos de viste de forma objetiva , delimitando los parámetros de la investigación propuesta, estos resultados permitirán plantear procesos de mejora internos que van con la creación de establecer procesos, de registro de información, conocimientos del mercado y solicitud de materias primas.


Este enfoque cuantitativo parte del estudio de investigación que tiene como fin revisar proponer estrategias de acuerdo al plan de trabajo definidos de forma coherente, de forma que se puedan llevar a cabo con el fin de cumplir con el sistema organizacional al que se desea platear, según Diego Mata Solís (2020 P. 2) “Toda investigación demanda una cuidadosa planificación, dirigida a establecer aspectos como las premisas de las que parte el estudio, la perspectiva que lo sustentará, los procedimientos a seguir y las herramientas e instrumental que serán empleados a lo largo del proceso”.

POBLACIÓN:

MUESTRA:

TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:


HERRAMIENTAS PARA EL PROCEDIMIENTO:

	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
---	---	--------------------------------------

El a.

FUNCIÓN GENERAL

- Verificación y conteo manual del 100 % de la mercancía (material de insumo y producción) al momento de su recibo y su despacho según las órdenes de compra que hayan bajado al área de recibo
- Almacenamiento adecuado y reporte de averías a los proveedores, creación de notas de cambio y /o descuento el valor facturación y creación de Roc o informe de la novedad presentada
- Verificación de los stocks de presentación 1 vez por semana
- Verificación diaria de agotados
- Verificación diaria de órdenes de compras que bajen del área de compras

	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
---	---	--------------------------------------

- Entrega y envió de mercancía a los consumidores finales por medio de empresas de entrega tcc y rapidísimo

Metas específicas

- ✚ Garantizar el ingreso de 50 órdenes de compra por quincena y salida de 40 órdenes de compra por medio de las empresas de transporte como coordinadora,472, Servientrega, Inter rapidísimo entre otras
- ✚ Cumplimiento de un 95 % con la fecha (días hábiles) de entrega según sea asignada al consumidor final (comprador)
- ✚ Garantizar un 98 % de los pedidos realizados a internacional de empaque S.A.S sean entregados en las mejores condiciones de calidad e inocuidad constante

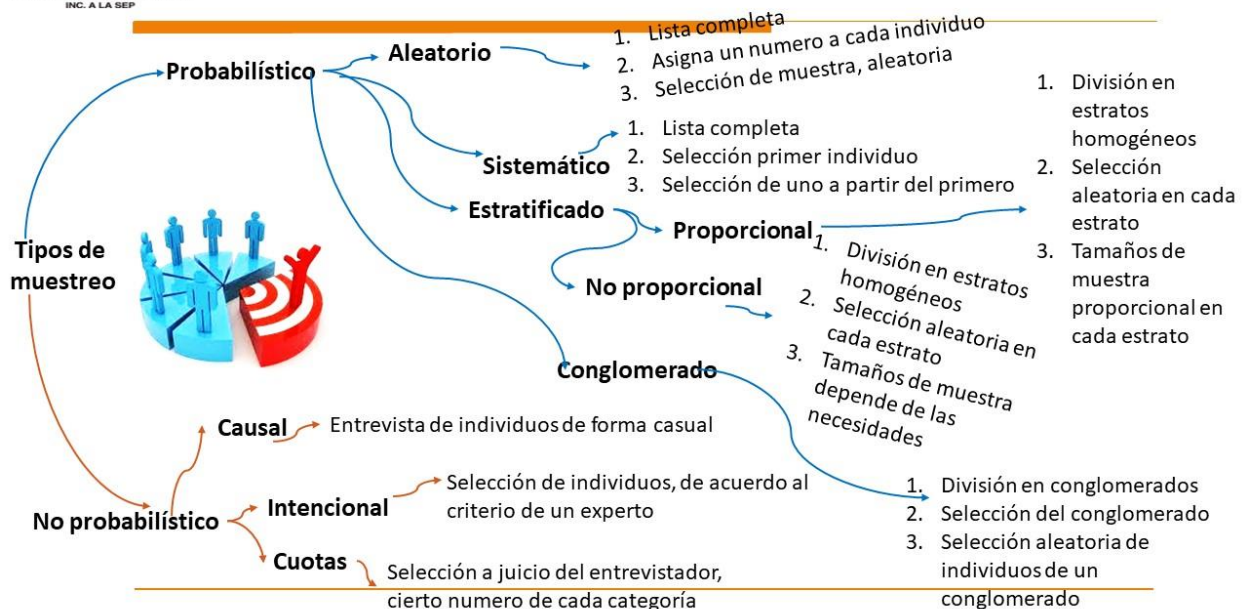


El diseño metodológico o tipo de estudio


Método racional	Inductivo	Deductivo	Abductivo
Enfoque de recolección de datos	Cuantitativo	Cualitativo	Procedimental
	Observación	Documental	
Profundidad	Exploratorio	Descriptivo	Explicativo
	Experimental	Constructivo	Correlacional
Método	Econometría	Fractal	Multivariante
	UX	Kanvas	Cartografía social



Procedimientos del muestreo



Se definen claramente los métodos para lograr los objetivos generales y específicos del proyecto. Aquí debe describir el método o métodos que usará, también debe describir la metodología empleada o la Técnica que usarán para desarrollar el proyecto y

	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
---	---	--------------------------------------


resolver el problema, se debe describir la Población y Muestra o Estudio de Caso, (de ser requerido) así como describir las técnicas e Instrumentos de recolección de Datos, el plan para el Análisis y Procesamiento de Datos.

10. Resultados y/o conclusiones

Son determinaciones, donde es importante señalar lo que se encontró en el proyecto y los resultados obtenidos en la práctica académica.

11.1. Recomendaciones

Intentan proporcionar sugerencias significativas para los aspectos que pueden percibirse como interesantes y útiles.

 UNIREMINGTON® CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996	FORMATO INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	CÓDIGO: VERSIÓN: 01
---	---	--------------------------------------

Bibliografía

APA

- EAFIT. (2018). Plataforma de marca. En *Glosario de marca* (Glosario de marca ed.).
- INTERNACIONAL DE EMPAQUES S.A.S. (s. f.). INTER EMPAQUES S.A.S. Recuperado 15 de junio de 2022, de <http://www.interempaques.com/quienes-somos/>
- Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación (Sexta ed.). McGraw-Hill Education.
- GUADARRAMA, P.(2009). *Dirección y asesoría de la investigación científica*. Bogotá. Magisterio.
- Gallón, M. (2019). *Sistemas Integrados de la Calidad* (3.a ed.). Uniremington.
- (Maria Constanza Cubillos,Diego Rozo, 2009)