

**PRÁCTICA PROFESIONAL REALIZADA
EN EL ÁREA DE MERCADEO EN LA EMPRESA
GABRICA S.A.S**

Danna Isabella Jiménez Quintero

**Administración de Empresas
Ciencias Económicas y Administrativas
Universidad Jorge Tadeo Lozano**

Pilar Marcela González

12 DE FEBRERO DE 2024



TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	5
COMUINICACIÓN EN GABRICA.....	10
PORTAFOLIO	12
PROCESO DE MERCADEO Y VENTA DE PORTAFOLIO.....	15
INFRMACIÓN DE LA EMPRESA.....	18
ESTRUCTURA DE LA EMPRESA.....	19
PROCESO DE UBIACACIÓN LABORAL	21
PREOCESO DE INDUCCIÓN.....	25
RECOMENDACIONES.....	26
ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL.....	27
INFLUENCIAS DE GABRICA.....	30
CULTURA ORGANIZACIONAL.....	33
ASPECTOS INNOVADORES DE GABRICA.....	36
HÁBITOS. COMPORTAMIENTOS Y APTITUDES.....	39
FODA DE GABRICA.....	45
PROPUESTA DE ACCIÓN DE MEJORAMIENTO.....	47
CONCLUSOIONES.....	52
BIBLIOGRAFÍA.....	55

Lista de Imágenes

Imagen No. 1 Logo y Slogan Gabrica.....	5
Imagen No. 2 Visibilidad Misión y Visión.....	8
Imagen No. 3 Valores	8
Imagen No. 4 Portal Gabrica S.A.S.....	10
Imagen No. 5 Marcas y Tipos de productos.....	12
Imagen No. 6 Catálogo de Productos Gabrica.....	13
Imagen No. 7 Índice de Productos Gabrica.....	13
Imagen No. 8 Visualización Productos del Catálogo.....	14
Imagen No. 9 Certificados Plataforma Crecer.....	15
Imagen No. 10 Total Cursos Certificados Plataforma Crecer.....	15
Imagen No. 11 Organigrama.....	19
Imagen No. 12 Hoja de vida.....	21
Imagen No. 13 Encuesta de Aptitudes 1.....	39
Imagen No. 14 Encuesta de Aptitudes 2.....	40
Imagen No. 15 Encuesta de Aptitudes 3.....	41
Imagen No. 16 Resultados de la Encuesta de Aptitudes 1.....	42
Imagen No. 17 Resultados de la Encuesta de Aptitudes 2	42
Imagen No. 18 Resultados de la Encuesta de Aptitudes 3	43
Imagen No. 19 Resultados de la Encuesta de Aptitudes 4	43
Imagen No. 20 Resultados de la Encuesta de Aptitudes 5	44
Imagen No. 21 Implementación del Cambio.....	51

Lista de Tablas

Tabla No. 1 Línea del tiempo	5
Tabla No. 2 Universo de Clientes.....	16
Tabla No. 3 Datos de Gabrica S.A.S.....	18
Tabla No. 4 Agenda de la inducción.....	25
Tabla No. 5 Ejemplo Competencia.....	29
Tabla No. 6 Entes reguladores.....	30
Tabla No. 7 Propuesta de Mejoramiento.....	47

RESUMEN

Este trabajo resume las experiencias y logros de la estudiante Danna Jiménez durante su práctica en Gabrica, centrándose en el desarrollo personal y profesional. La práctica le brindó la oportunidad de aplicar conocimientos teóricos de Administración de empresas y Mercadeo en un entorno real en una empresa sólida. Las principales tareas incluyeron apoyar en el desarrollo de estrategias de mercadeo y gestión de estrategias de administración. Además, la práctica facilitó la adquisición de habilidades prácticas como la comunicación efectiva, el trabajo en equipo y la resolución de problemas, lograr analizar la empresa desde diferentes aspectos y ámbitos como profesional.

Alcanzar objetivos personales implicó a la estudiante ganar confianza, refinar metas profesionales y ampliar redes profesionales. Profesionalmente, la práctica contribuyó a adquirir experiencia laboral, aclarar aspiraciones profesionales y mejorar la empleabilidad, en general habla de una experiencia enriquecedora de una práctica en una empresa.

ABSTRACT

This work summarizes the experiences and achievements of student Danna Jiménez during her internship at Gabrica, focusing on personal and professional development. The internship provided her with the opportunity to apply theoretical knowledge from Business Administration and Marketing in a real-world setting at a reputable company. Key tasks included supporting the development of marketing strategies and managing administrative strategies. Additionally, the internship facilitated the acquisition of practical skills such as effective communication, teamwork, and problem-solving, enabling her to analyze the company from different professional perspectives.

Achieving personal objectives involved gaining confidence, refining career goals, and expanding professional networks. Professionally, the internship contributed to acquiring work experience, clarifying professional aspirations, and enhancing employability, overall speaking of an enriching experience of an internship in a company.

INTRODUCCIÓN

GABRICA

Es una empresa Multilatina, que se ubica en el canal especializado de las mascotas, es una comercializadora y distribuidora con un portafolio integral, asesoría y acompañamiento a los clientes y proveedores, su propósito es mejorar la calidad de vida de las mascotas y sus dueños en cada momento de la vida.

Imagen No. 1 Logo y Slogan Gabrica



Fuente: Adaptada de (Gabrica S.A.S, 2023)

Su historia

Tabla No. 1 Línea del tiempo

1992	Fue fundada la empresa con el nombre Laboratorios Holliday.
1994	Se expanden a nivel nacional abriendo oficinas en Cali, Medellín y Bucaramanga.
1995	Se cambia el nombre de la empresa a Gabrica e inicia distribución de Hill's Pet Nutrition.
1998	Se crea el Programa Ciencia incentiva la investigación y profundización en temas de nutrición clínica.
2004	Se cambia el nombre a Gabrica.
2010	Expansión internacional, primera filial en Chile.
2016	Expansión internacional, primera filial en Perú.
2018	Certificación Buenas Practica de innovación, Best Employer y Huella de Oro.
2019	

2023	Certificación Best Employer, lanzamientos nuevas marcas propias.
-------------	--

Fuente: Elaboración propia, 2023

Propósito

Construir una mejor sociedad desde el amor y cuidado por las mascotas, por eso hacemos que las mejores marcas de productos para perros, gatos y caballos en el mundo lleguen a las clínicas veterinarias y tiendas pet shops. Somos una compañía con más de 30 años de experiencia en el mercado de mascotas, que tiene como prioridad ofrecer una experiencia laboral saludable y conexión con nuestra cultura y valores al equipo Gabrica. (Gabrica S.A.S, 2023)

Misión

“Fortalecemos el bienestar y el amor hacia tu mascota en armonía con el entorno.” (Gabrica , 2023)

Análisis de la Misión

Se identifican falencias en la misión ya que generalmente debe ser más específica y contener elementos clave como la razón de ser de la empresa, a quién se dirige, qué ofrece y cómo lo hace.

La misión debe ayudar a la gente a ver los beneficios, la alta gerencia necesita definir el propósito básico de las operaciones. Ilustra en qué difiere la organización de otras de la misma industria e identifica el alcance de sus operaciones en términos de productos, servicios y mercados. La misión es la base para establecer prioridades, estrategias y planes. (Gyllenpalm, 1998)

Teniendo en cuenta lo anterior, se propone una nueva misión de la siguiente manera:

“Fortalecemos el bienestar y enriquecemos la vida de las mascotas y sus dueños al proporcionar productos y servicios de alta calidad. Diferenciándonos a través de la innovación y la pasión por los animales, nos comprometemos a operar de manera ética y sosteniblemente, fortalecemos el vínculo entre las mascotas y sus familias, adaptándonos constantemente a las necesidades del mercado para ser un referente líder en la industria”.

Esta modificación se realiza considerando componentes clave como el propósito fundamental de Gabrica, su diferenciación, enfoque en el cliente y los beneficiarios de la empresa y su entorno, los valores que identifican a la empresa, su sostenibilidad y capacidad para inspirar tanto a empleados

como clientes. Estos aspectos reflejan una guía concisa sobre la razón de ser y los objetivos de la empresa.

Visión

Ser el referente del bienestar y cuidado de las mascotas en los países en que tengamos presencia en Latinoamérica. (Gabrica , 2023)

Análisis de la Visión

Se identifican falencias en la visión debido a la falta de especificidad, claridad y ambición. La visión carece de inspiración y no proporciona una dirección clara hacia la cual la empresa aspire, se recomienda fortalecer estos aspectos para que la visión se convierta en una guía más efectiva y motivadora para el futuro de la empresa.

Para elegir una dirección, el líder debe comenzar por tener una imagen mental del estado deseable y posible de la organización en el futuro. Esta imagen que llamamos visión puede ser tan vaga como un sueño o tan precisa como la declaración de la meta o la misión. El punto crucial es que la visión articula la imagen de un futuro realista, creíble y atractiva, una condición que de muchos modos importantes es mejor que la actual. (Gyllenpalm, 1998)

Teniendo en cuenta lo anterior, se propone una nueva misión de la siguiente manera:

“Posicionarnos como el mayor líder del mercado de productos para mascotas, ofreciendo soluciones innovadoras que mejoren significativamente la calidad de vida de las mascotas y sus dueños en Latinoamérica.”

“Si el objetivo es claro y la visión imperativa, los miembros de la organización estarán comprometidos, sabrán qué hacer y tomarán las decisiones solos, sin interferencia del gerente.” (Gyllenpalm, 1998)

Esta modificación se realiza considerando componentes importantes para Gabrica, como la claridad del propósito, su inspiración, lo deseable y alcanzable basados en la trayectoria de 30 años. Se orienta hacia el cliente y refleja la proyección futura deseada, desafiando a la empresa y a sus colaboradores a esforzarse por alcanzarla.

Imagen No. 2 Visibilidad Misión y Visión



Fuente: Elaboración propia,2023

Un aspecto positivo destacado en la empresa es la presencia tangible de su visión y misión justo en la entrada de Gabrica, proporcionando una constante recordación a los empleados sobre los objetivos fundamentales que busca la empresa.

Valores

Imagen No. 3 Valores



Fuente: Elaboración propia,2023

“Los valores culturales son aquellos que los empleados necesitan tener y sobre los cuales deben actuar para que las estrategias actúen con base a los valores estratégicos” (MOORHEAD, 2010)

Los valores son coherentes con la misión y la visión, se alinean al propósito de la empresa, ya que el fortalecer el amor y el bienestar son un reflejo del respeto en la unión con el entorno demuestra el servicio con el cual la empresa está comprometida.

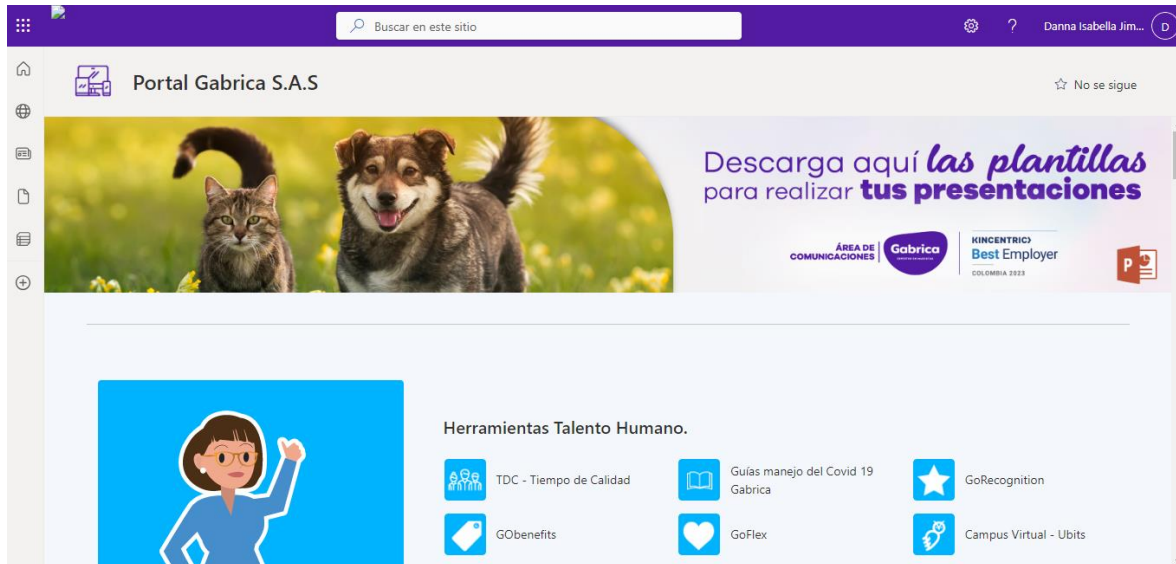
La solidaridad se alinea con el compromiso que tiene Gabrica con la comunidad al querer ser el referente de bienestar y cuidado en las mascotas y la integridad es fundamental para mantener esa visión de los estándares de la calidad que quiere reflejar como referente en Latinoamérica.

La integración de la misión, visión, los valores y el propósito se ven reflejados en la comunicación de la empresa en varios aspectos, por ejemplo, en el momento de la inducción se encargan de que el empleado se familiarice con la empresa, su propósito y cultura, manejan páginas web en la intranet empresarial y las plataformas educativas privadas de Gabrica en donde se enseña todo sobre la empresa, se realizan cursos y se es evaluado para calificar que tanto de verdad aprendió el empleado, estas páginas web y plataformas exclusivos de Gabrica brindan un acceso fácil y rápido a información y beneficios que brinda la empresa.

COMUNICACIÓN EN GABRICA

Gestión Interna de Información

Imagen No. 4 Portal Gabrica S.A.S



Fuente: Tomada de Portal Gabrica, 2023

En este espacio se proporcionan diversas herramientas diseñadas para mejorar la eficiencia y facilitar la comunicación, integridad e interacción entre los empleados, las siguientes herramientas están destinadas a generar beneficios entre empresa y empleado, fortaleciendo así el rendimiento en el entorno laboral.

Herramientas de talento humano:

- TDC tiempo de calidad, implementa nuevas formas de trabajo en Gabrica para promover la flexibilidad y la confianza en los empleados.
- Somos Gabrica, canal de comunicación, una red social para la interacción de los empleados con la empresa.
- Campus Virtual, para mejorar las habilidades profesionales
- Gestión del talento Crecer, esta página web permite realizar cursos y todo lo relacionado con el desempeño y plan de desarrollo de los empleados.
- Universidad corporativa, brinda un espacio de formación dinámico y participativo.

Herramientas de comunicaciones:

- Conexión Gabrica, es una revista digital con todo lo relacionado con la empresa.

- Manuales, son para identificar, aprender e identificar los procesos de Gabrica.
- Presentaciones, logos, fotos y vides corporativos.
- Herramientas de tecnología:
- Dymanics 360, ERP.
- Calendario y correo Gabrica.
- Biblioteca Gabrica y Mesa de ayuda.

Herramientas de procesos

- Clikealo, página web que brinda plan de formación, desarrollo de procesos y aplicaciones para empleados, clientes y proveedores.
- Aprende y Habla con Lorenzo, página web que te explica de manera rápida y sencilla las dudas que tengas.

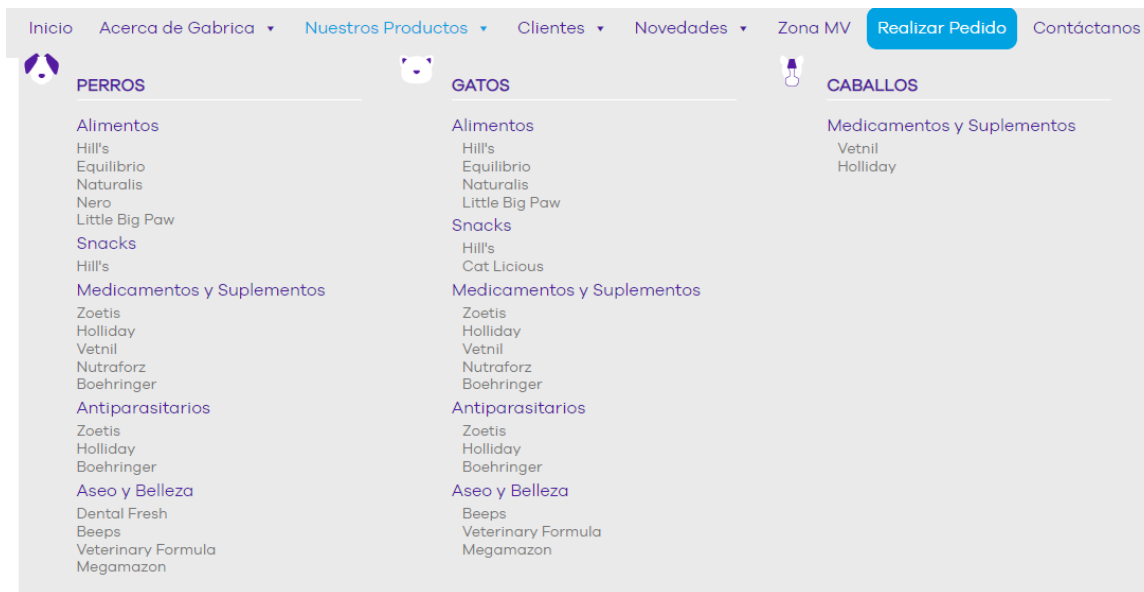
Todas estas herramientas proporcionan a los empleados una comprensión clara de la dirección, enfoque y propósito de la empresa, los equipos saben alinear sus áreas, estrategias y tareas con la visión de la empresa.

Con el fin de capacitar a todo el personal que ingresa a la compañía y que interprete la misión, visión y los objetivos de a donde quiere llegar Gabrica, es vital para la empresa este primer acercamiento, ya que de allí parte todo el desarrollo de actividades en pro del cumplimiento de las metas establecidas, cada miembro de la organización participa activamente en pro del fortalecimiento de la relación dueño-mascota y su entorno.

PORTAFOLIO

El portafolio de producto que comercializa y distribuye Gabrica es muy amplio distribuye más de 600 productos. Algunas de las marcas más importante son: Hill's, Guaamor, Spectrum, Zoetis, Holliday, Vetnil, NutraForz, Pet Naturals, Equinola, LLOYD, SynergyLabs, Pet Society, Fresh Step, Comfort Kat, Feline Pine, Esencias Florales, Animals, Pet Love.

Imagen No. 5 Marcas y Tipos de productos



Fuente: Tomada de (Gabrica Nuestros Productos, 2023)

Cuenta con un catálogo de productos por la página web principal de Gabrica tipo revista para la facilidad de uso de las personas que quieran observarlo.

Las mejores marcas de productos para la nutrición, salud y bienestar de las mascotas en el mundo lleguen a las Clínicas Veterinarias y Pet Shops en Colombia. Encuentra aquí el Catálogo de Productos Gabrica 2023 con información detallada y actualizada de todas nuestras referencias. Podrás navegar en cada una de las marcas de forma interactiva o descargar el catálogo para tenerlo disponible sin necesidad de conexión a Internet. (Gabrica Catálogo, 2023)

Imagen No. 6 Catálogo de Productos Gabrica



Fuente: Tomada de (Gabrica Catálogo, 2023)

Imagen No. 7 Índice de Productos Gabrica



Fuente: Tomada de (Gabrica Catálogo, 2023)

Imagen No. 8 Visualización Productos del Catálogo

Hills Prescription Diet Urgent a/d
Recuperación, Terapéutico
Humedo 5.5 oz.
Dieta con altos niveles calóricos y contenido de glutamina para la nutrición de los enterocitos. Nutrición ideal para perros y gatos convalescientes y/o en situaciones debilitantes.
• Niveles altos de proteína y grasa de alta calidad y altamente digeribles.
• Niveles altos de antioxidantes para apoyar el sistema inmunológico.
• Glutamina que promueve la recuperación de la condición corporal.

Hills Prescription Diet Derm Complete
Dermatología, Terapéutico
Seco 6.3 lb / 141 lb
Esto especialmente formulada para ayudar a manejar las sensibilidades ambientales en perros y que están expuestos a irritantes ambientales como pulgas, polen e incluso el polvo en nuestros hogares.
• Mezcla de antioxidantes y betacarotenos.
• Con fuentes naturales de Quercetina para ayudar a normalizar respuesta de hipersensibilidad.
• Fuente natural de bioactivos y polifenoles.

Hills Prescription Diet c/d Potato & Salmon
Dermatología, Terapéutico
Seco 8 lb
Con papa y salmón está formulado para el control nutricional de los perros con algún problema en la piel o tracto gastrointestinal debido a una alergia alimentaria.
• Alto contenido de omega 3 que favorece la piel.
• El salmón, como única fuente de proteína animal.
• Ayuda a neutralizar los radicales libres gracias a su contenido elevado de antioxidantes.

Hills Prescription Diet Gastro Biome
Gastroenterología, Terapéutico
Seco 8 lb / 16 lb
Alimento prescrito que ayuda a la regulación de la microbiota intestinal, mejorando el bienestar digestivo ante afecciones fibro-responsivas, con fibras que favorecen el tracto digestivo.
• Mezcla patentada de prebióticos.
• Aporte balanceado de fibras solubles e insolubles.
• Alto contenido de ácidos grasos omega 3 y 6.
• Proteína de alta digestibilidad.
• Cololaba y Psillium adicionados como fuentes de fibra.

Hills Prescription Diet Hypo Treats
Dermatología, Terapéutico
Contenido 340 gr
Snacks para perros con proteína hidrolizada que ayuda a evitar reacciones de hipersensibilidad.
• Proteína hidrolizada que ayuda evitar las reacciones de hipersensibilidad.
• Ácidos grasos omega-3 y omega-6 que favorecen la barrera cutánea.
• Antioxidantes que promueven el fortalecimiento del sistema inmunológico.

Hills Prescription Diet c/d Urinary Care
Urología, Terapéutico
Seco 15 kg / 8.5 lb
Humedo 5.5 oz
Multicare con magnesio, fósforo y proteína para controlar la formación de estruvita, citrato de potasio para reducir la formación de oxalatos de calcio.
• Con Metionina que favorece el pH urinario ácido.
• Altos niveles de EPA y DHA que beneficia el tracto urinario.
• Alto contenido de Vitamina E y C como antioxidantes.

Hills Prescription Diet h/d Heart Care
Cardiología, Terapéutico
Seco 15 kg / 13.5 lb
Con ingredientes como Taurina y L-carnitina que favorecen la función cardíaca.
• Sodio y Fósforo reducido para favorecer la función cardíaca.
• Adición de potasio y magnesio para reponer los nutrientes perdidos en perros que reciben diuréticos.
• Altos niveles de taurina y L-carnitina que ayudan al corazón.

Hills Prescription Diet Digestive Care l/d
Gastroenterología, Terapéutica, Small bites
Seco 15 kg / 8.5 lb / 13.5 lb
Humedo Chicken & vegetable: 5.5 oz
Alimento seco recomendado para perros que experimentan problemas digestivos, con vitamina B y electrolitos para recuperar las pérdidas producidas por vómito y diarrea. Ingredientes de fácil digestión.
• Alta digestibilidad de sus componentes.
• Vitamina E, C y selenio para el apoyo del sistema inmunológico.
• Altos niveles de electrolitos y vitamina B.

Fuente: Tomada de (Gabrica Catálogo, 2023)

La estudiante adquirió una capacitación de portafolio por medio de la plataforma Crecer, es una plataforma para enseñar a los empleados de Gabrica sobre diferentes aspectos relacionados con la empresa, en esta plataforma la estudiante fue evaluada para medir el conocimiento adquirido sobre cada casa fabricante, línea y productos, en pro del desarrollo de su trabajo y actividades, cuenta con 30 certificados. Es indispensable para la compañía que cada miembro de la organización interprete el papel que cumple y aporte su rol.

Imagen No. 9 Certificados Plataforma Crecer

Objetivos Competencias Plan de Desarrollo Capacitación Clima Datos Personales Ayuda

Descargar Certificados

Regresar

Curso	% Cumplimiento Total	Nota	Certificado
INDUCCIÓN SST	100	100	
Políticas Generales de la Organización	100	87	
Curso Técnico Trade/SAC: Alimentos marca Gabrica	100	100	
Curso Técnico Trade/SAC: AnimallTag	100	100	
Curso Técnico Trade/SAC: Arenas Sanitarias	100	100	
Curso Técnico Trade/SAC: CEVA	100	100	
Curso técnico Trade/SAC: Esencias florales 2022	100	87	
Curso técnico Trade/SAC: GrandVita Cordero	100	100	
Curso técnico Trade/SAC: Hill's Prescription Diet	100	100	
Curso técnico Trade/SAC: Hill's Science Diet	100	100	

Fuente: Tomada de (Crecer , 2023)

Imagen No. 10 Total Cursos Certificados Plataforma Crecer

Curso técnico: ADM II (Equilibrio Black, Grain Free, Veterinary y Snacks) 2022	100	100	
Curso Técnico: Holliday 2022	100	80	
Curso técnico: Nutraforz 2022	100	90	
Curso técnico: Piramal-Isoflurano	100	100	
Curso técnico: Syntec 2022	100	80	
Curso técnico: Thyrotabs- Lloyd 2022	100	100	
Curso técnico: Vetnil Pet 2022	100	80	
Curso técnico: Zoetis I (Medicamentos y Biológicos) 2022	100	80	
Logística: Introducción a medicamentos y biológicos	100	100	
Logística: Introducción alimentos para mascotas	100	80	
Logística: Introducción aseo y belleza	100	100	
30 Cursos activos			

Fuente: Tomada de (Crecer , 2023)

Proceso de Mercadeo y Venta del Portafolio

El route to market (RTM) es a través de distribuidores en un canal especializado, y el área de mercadeo se encarga de ejecutar actividades comerciales que acompañen el Sell Out y el Sell In, acorde al tipo de cliente PYMES (pequeñas empresas) y CORPOS (grandes empresas), entre las principales actividades se tiene:

- Lanzamientos, Programa Entérate (innovaciones), Codificación, Amarres y Promociones, Acciones comerciales Sell In- Sell Out de acuerdo con Pyme y CORPO.
- Gabrica maneja un sitio web especial para que los clientes y el área de mercadeo puedan visualizar y enterarse de las acciones comerciales de cada periodo. “En esta página web, puedes encontrar todas las promociones y descuentos que el área de mercadeo. También puedes encontrar información sobre los términos y condiciones de cada promoción. La página web está diseñada para ser fácil de usar y navegar.” (Gabrica, 2023)
- Adquisición por parte de distintos proveedores de diferentes productos para mascotas.
- Alianzas con pet shop y veterinarias que se especializan en la compra y venta de productos para mascotas.
- Presencia en tiendas en línea, Gabrica maneja comercio electrónico pero también maneja alianzas con apps y páginas web especializadas con el e-commerce como Laika.
- Visibilidades en grandes tiendas para mayor reconocimiento de las marcas.
- Campañas de marketing y publicidad, Gabrica constantemente implementa estrategias para dar a conocer la marca y atraer a los consumidores a comprar los productos que maneja.
- Participación en eventos y ferias dedicadas a las mascotas para mostrar y promocionar los productos, así como conseguir contactos.
- Los clientes se dividen en cuatro segmentos de acuerdo a su nivel de compra:

Tabla No. 2 Universo de Clientes

Tipo de cliente	Porcentaje de venta	Porcentaje del total de clientes
Tipo A	50%	5%

Tipo B	17%	10%
Tipo C	18%	20%
Tipo D	15%	65%

Fuente: Elaboración propia,2023

INFORMACIÓN DE LA EMPRESA**Tabla No. 3 Datos de Gabrica S.A.S**

Dirección	Calle 164 #15-37
Teléfono	15190040
Página web	(Gabrica, 2023)
Líder inmediato	Marcela Jurado de la Rosa, Gerente Corporativo PET PARENT
Información del líder	marcela.jurado@gabrica.com.co , 3102720274

Fuente: Elaboración propia, 2023

Características del cargo del practicante

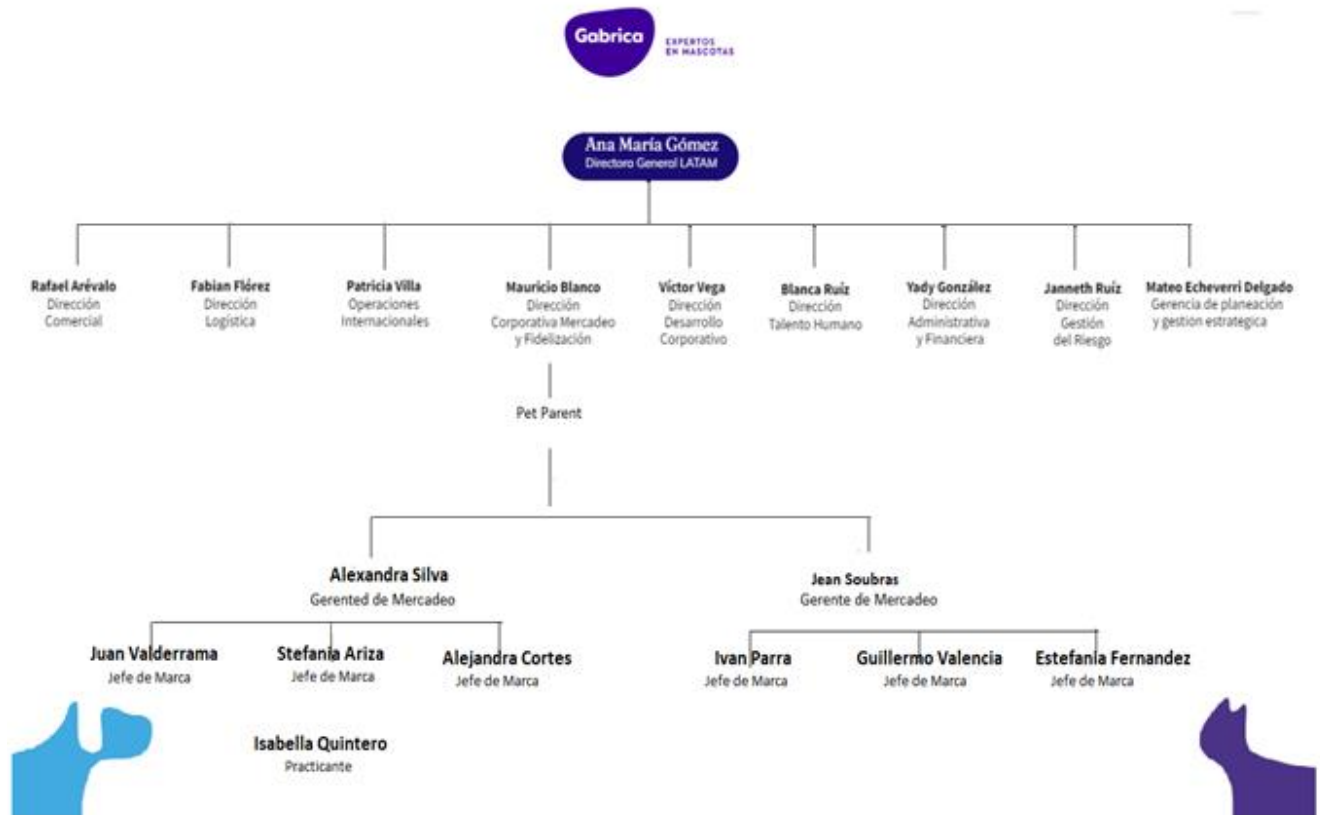
El cargo del practicante es Asistente de Marketing, cumple con un horario de 7:30 am a 5:00 pm, la empresa se encuentra ubicada en Toberín.

Las funciones y responsabilidades que tiene la estudiante:

- Apoyo en proyectos: Apoyo a los Jefes de Marca y Gerentes de Mercadeo en el desarrollo de la estrategia de nuevos productos o nuevas actividades de mercadeo
- Shopping de precios: Apoyar el levantamiento de listas de precios en e-commerce y velar por la actualización constante de la información para las diferentes marcas.
- Investigaciones de Mercado: Estudio de recopilación de información sobre la competencia, tendencias del mercado y comportamiento.
- Liquidaciones de planes de incentivos: Liquidaciones de planes a vendedores de mostrador y concursos de fuerza comercial.
- Visita a puntos de venta: Visitar diferentes puntos de venta, apoyar las diferentes actividades y realizar un análisis del cumplimiento.
- Entrega de premios a padre de mascota y médicos veterinarios: Gestión sobre los incentivos a entregar.
- Seguimiento del armado y acondicionamiento de muestras: Generación de alertas para compra de productos o empaques, informando al respectivo jefe de marca.
- Administración de material POP: Seguimiento de recepción de compras, asignación de pop y control a inventarios en regionales, comunicación con supervisores Trade y coordinadores.
- Solicitud de facturaciones: Solicitud y seguimiento de las facturaciones de productos de la empresa, material POP, activos fijos, solicitud de productos, servicios activos fuera de los que maneja la empresa.
- Gestión de contenido: Apoyo con evaluación, ideas innovadoras, campañas, concursos para la cuenta de Instagram de una marca en especial llamada MAX.
- Apoyo en reuniones: Colaborar al Desarrollo y ejecución de estrategias de marketing, incluyendo la planificación de campañas.
- Elaboración de informes: Recopilación de datos de formularios, campañas, eventos y resultados de investigaciones de mercado.

ESTRUCTURA DE LA EMPRESA

Imagen No. 11 Organigrama



Fuente: Elaboración propia, 2023

La estructura organizativa de Gabrica está encabezada por Ana María Gómez, Directora General, quien supervise a nueve Directores. Mauricio Blanco se desempeña como Director Corporativo de Mercadeo, liderando la división del Pet Parent. En su equipo, se encuentra Alexandra Silva, quien como Gerente de Mercadeo está a cargo de tres Jefes de Marca, quienes tienen a cargo diferentes proveedores y líneas de productos.

Alexandra Silva es responsable de supervisor y guiar las tareas del equipo de Mercadeo incluyendo el cargo del practicante de mercadeo, ocupado por la estudiante en mención, pese a que la líder de la practicante es Alexandra Silva, ella responde a las tareas y enseñanzas de todo el equipo de Mercadeo, y equipos de trabajo como logística, bodega, compras, TRADE, digital, diseño, entre otros.

Perfil de Director Corporativo de Mercadeo:

- Sólida experiencia en marketing y liderazgo corporativo.

- Visión estratégica, capacidad para desarrollar y ejecutar estrategias a nivel corporativo, alineadas con la visión, valores y objetivos de la empresa.
- Líder inspirador, capaz de dirigir equipos y colaborar con otras áreas
- Capacidad de toma de decisiones estratégicas y habilidad para analizar datos, identificar oportunidades.
- Experiencia en gestión eficiente de presupuestos a nivel corporativo.

Perfil Gerente de Mercadeo:

- Experiencia en supervisión.
- Capacidad para desarrollar planes de Marketing alineados con los objetivos de la empresa.
- Habilidad para liderar y motivar equipos y hacer cumplir las metas en común.
- Conocimiento y estudio en mercadeo, tendencias, entorno.
- Capacidad para interpretar datos y métricas para tomar decisiones informadas.

Perfil de Jefe de Marca:

- Experiencia en gestión y Desarrollo de marcas.
- Habilidad para desarrollar estrategias creativas que fortalezcan la identidad de la marca.
- Capacidad para planificar y ejecutar campañas de marca.
- Capacidad de trabajar en grupo y con otras áreas.
- Capacidad de análisis de desempeño de la marca.

PROCESO DE UBICACIÓN LABORAL**Elaboración Hoja de Vida**

Presentación digital, estructura e información de la hoja de vida de la estudiante.

Imagen No. 12 Hoja de vida

DANNA ISABELLA JIMÉNEZ QUINTERO



C.C.: 1.000.212.821
Soltera
Carrera 72 # 41 26ª Sur
302 621 30 64

PERFIL PROFESIONAL

Estudiante de Administración de empresas y Mercadeo, actualmente estudio las dos carreras, próxima a finalizar Administración de empresas y Mercadeo, me caracterizo por ser una persona disciplinada, proactiva y dinámica. Soy responsable y cumplo con diligencia las tareas asignadas, disposición para aprender y adaptarme al ambiente laboral, poseo la capacidad de escucha y comunicación lo que me permite establecer conexiones efectivas con las personas, además me desenvuelvo de manera óptima tanto en trabajo en equipo como en proyectos individuales.

Con mi formación académica he adquirido habilidades estratégicas, destacando la gestión de proyectos y mi conocimiento en mercadeo y ventas, mi pensamiento estratégico me ha permitido abordar desafíos con eficiencia y lograr un buen desempeño, en mi búsqueda por seguir fortaleciendo mis conocimientos quiero llevar a cabo mis prácticas en su empresa, donde podré aplicar y expandir mis habilidades.

ESTUDIOS REALIZADOS

Administración de Empresas, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Actualmente último semestre.
Mercadeo, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Bogotá, Actualmente sexto semestre

IDIOMAS

Inglés
Nivel B1

EXPERIENCIA LABORAL

Emprendimiento personal compra y venta de artículos por internet

Fuente: Elaboración propia, 2023

Experiencia contactando empresas

Las empresas que recomendó la Universidad Jorge Tadeo Lozano a la estudiante ofrecían cargos de los cuales no estaba interesada, busco por la página Elemplo, “Está página ayuda como oferente o buscador de empleo a mejorar y aumentar la visibilidad de su hoja de vida” (Elemplo, 2023), y logro visualizar empresas sólidas que ofrecían un puesto y una enseñanza de alta calidad.

El proceso por el cual contacta estas empresas, se crea un perfil en la página con su hoja de vida y contacto para que las empresas también puedan visualizar el perfil de la estudiante, ingresa diariamente a la página para explorar las ofertas laborales y enviar su currículum de forma virtual con diligencia, mantener la constancia aumentaba significativamente las posibilidades de destacar y ser considerado por las empresas y así tener varias oportunidades de empleo.

Entre la empresas con las cuales tuvo proceso de entrevistas se encuentran Claro Colombia, fue de una manera muy dinámica, muy agradable, se disipo un tanto la presión que generan las entrevistas, la empresa procuro dejar una experiencia positiva y sirvió como referencia y confianza para futuras entrevistas, una de las empresas con las cuales no se sintió cómoda la estudiante fue la empresa Cerescos, la entrevistadora fue muy arrogante y la puso en una situación incómoda, la mayoría de empresas contactaban de manera telefónica, después con entrevistas virtuales y en lagunas de manera presencial. A medida que se continúa siendo entrevistado por diversas empresas, se experimenta una disminución en la ansiedad, lo que permite desenvolverse de manera más eficaz y con una mayor confianza al responder las preguntas.

Proceso de selección en la actual empresa

La estudiante envió su solicitud para realizar las practicas a Gabrica a través de la página el empleo. Fue contactada vía WhatsApp, estableciendo su primer contacto con Isabel Pérez, coordinadora de talento humano. Al día siguiente coordinaron una reunión por videollamada durante la cual le proporcionaron información detallada sobre la empresa, los beneficios que ofrecían, la responsabilidades y funciones específicas del puesto de practicante, hubo otra entrevista para evaluar si la practicante era apta para lo que estaba buscando la empresa.

El proceso fue bastante rápido el mismo día tuvo otra entrevista con su futura líder, la Gerente de mercadeo Alexandra Silva. La entrevista se llevó a cabo de manera virtual y se profundizó en las responsabilidades del puesto y que se espera en cuanto aptitudes y conocimientos del estudiante, se enfatizaron preguntas detalladas sobre las habilidades, talentos y estudios de la practicante.

La interacción fue fluida y se estableció una conexión rápida, en general, el proceso de selección transcurrió de manera ágil, y al día siguiente le comunicaron que había sido seleccionada. En el transcurso de la semana se realizaron los exámenes médicos correspondientes.

Entrevista y evaluación

Preguntas de las entrevistas:

- Edad/Carrea/Dónde estudia/Fortalezas/Debilidades.
- Materias favoritas/Materia no favorita.
- Ha estado en proyectos que tengan que ver con mercadeo.
- Qué lo describe/Quién lo inspira.
- Qué hace en su tiempo libre/Con quién vive/ Tiene mascota.
- Que tan lejos vive de la ubicación de la empresa/En qué se moviliza.
- Maneja Excel/Contaba anterioremente con contrato de aprendizaje.
- Cómo se desenvuelve con el manejo de redes sociales.
- Mmomento más difícil de su vida y cómo lo afronto.

Pruebas

- Manejo intermedio de Excel
- Estudio de caso, presentar la solución a una situación relacionada con las responsabilidades del cargo.

Fortalezas

- Aprende rápido.
- Creativa, siempre busca una solución a las circunstancias o situaciones que se presenten.
- Disciplinada.
- Cuenta con capacidad para trabajar en equipo.
- Habilidad de comunicarse y escuchar.

Debilidades

- No posee dominio avanzado en el uso del Excel.
- Fortalecer el dominio del idioma inglés.
- No cuenta con experiencia en manejo de programas como Power BI e Illustrator.
- No ser participe en más actividades extracurriculares en la Universidad o no haber realizado cursos afines con la Carrera.

Oferta de Gabrica S.A.S

Gabrica inspiró a la estudiante a elegir la empresa para realizar sus prácticas, siendo una empresa Multilatina con más de 30 años de trayectoria. Se destaca por su solidez, experiencia en el mercado, cuenta con un equipo multidisciplinario de 433 personas distribuidas en Colombia, Chile y Perú, y ocupa una posición destacada en el mercado de productos para mascotas. La dedicación de Gabrica es un negocio que apasiona a la estudiante, como es el cuidado de mascotas, la hace sentir especialmente atraída ya que tiene un profundo amor por los animales.

La estudiante pudo identificar que las responsabilidades asignadas se alineaban con sus deseos profesionales. Se tuvo en cuenta tanto las competencias ya adquiridas durante sus carreras, Administración de empresas y Mercadeo, como las oportunidades de aprendizaje, esto garantizaba que no solo llevaría a cabo tareas sencillas, sino que también adquiriría conocimientos aplicables y valiosos para su desarrollo profesional y personal.

La empresa cuenta con diversos campos de acción con los cuales la estudiante se verá inmersa, contando con la colaboración de dos gerentes de mercadeo y seis jefes de marca, la interacción y conexión con Gerente de Mercadeo quien es su líder inmediata actualmente fue altamente positiva, destacándose la transmisión de una empresa sólida e integra a lo largo de las entrevistas. La empresa ofrecía un salario acorde al mínimo vigente para practicantes, y el proceso se caracterizó por su rapidez, evidenciando un marcado interés por parte de la empresa en la incorporación de la estudiante.

PROCESO DE INDUCCIÓN**Tabla No. 4 Agenda de la inducción**

Bienvenido a Gabrica	Video corporativo, recorrido a la empresa a cargo del área de talento humano.
Entrega de herramientas de trabajo	Entrega de equipo tecnológico, usuarios, correo a cargo del área de tecnología de información y comunicación.
Socialización de políticas	Políticas SST a cargo de Seguridad y Salud en el trabajo.
Legalización	Legalización del contrato de aprendizaje a cargo del área de talento humano.
Presentación del líder	Expectativas del rol y responsabilidades a cargo por parte de la líder Alexandra Silva área de mercadeo.
Cursos	Cursos de formación de políticas obligatorias.
Curso de aprendizaje	Cursos de aprendizaje sobre la empresa, historia, reconocimientos, manejo, áreas, beneficios, etc.
Curso de productos	Cursos de aprendizaje para conocer las casas fabricantes, marcas, líneas y productos que maneja la empresa.

Fuente: Elaboración propia, 2023

La socialización con la estudiante se llevó a cabo de manera agradable, para iniciar el proceso y generar acercamiento, la líder organizó un almuerzo de bienvenida que permitió un ambiente relajado y propicio para conocer a la estudiante. Durante el transcurso del día se llevó a cabo una presentación formal en la que participaron los gerentes, director, jefes de marca y compañeros con los cuales la estudiante iba a compartir su día a día en Gabrica.

El almuerzo y la presentación no solo fueron actos protocolares, sino que también sirvieron como una valiosa oportunidad para fomentar un sentido de pertenencia y compañerismo entre los empleados, se proporcionó una visión integral de la estructura organizacional, permitiendo a la estudiante comprender el rol, las responsabilidades de cada miembro del equipo, lo cual también contribuyó a establecer conexiones y relaciones positivas en el entorno laboral.

RECOMENDACIONES

Como recomendación para los estudiantes que quieren realizar las prácticas como opción de grado: Los estudiantes deben poseer habilidades avanzadas en el uso de Excel, estos cursos pueden ser proporcionados por la universidad o mediante estudios independientes de programas y plataformas pertinentes a la carrera.

Es recomendable que los estudiantes anticipen la búsqueda de las empresas para realizar sus prácticas, participar en múltiples entrevistas con antelación, ya que con esto les proporcionará una mayor confianza cuando decidan participar en una entrevista para una empresa a la cual quieran entrar, que realmente les interese. Se aconseja no aceptar oportunidades de prácticas en cualquier empresa, sino buscar aquellas que genuinamente les llamen la atención, donde se sientan entusiasmados por las responsabilidades y el rol que desempeñaran en el cargo.

También es importante haber completado la mayor parte del plan de estudios de la carrera, especialmente las materias específicas antes de realizar las practicas, esto asegura que los estudiantes tengan un conocimiento más amplio para desempeñar de manera eficaz sus tareas y contribuir con su experiencia. Además, teniendo en cuenta que trabajar y estudiar simultáneamente demandan un esfuerzo significativo, en especial si la empresa está lejos de la universidad, dejar pocas materias para ver al momento de realizar la práctica es una ventaja.

ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPREARIAL

Gabrica es una empresa que maneja un canal especializado, su enfoque se centra en servir a clientes específicos: veterinarias, pet shop, e-commers en Chile, Perú y Colombia.

La cobertura que tiene Gabrica en Colombia se divide por coordinaciones:

- Zona centro-Occidente y Llanos
- Zona Norte y Boyáca
- Zona Sur, Tolima y Huila
- Zona Antioquia
- Zona Santander y Costa
- Zona Valle y Eje Cafetero

También cuenta con unas coordinaciones especiales que son:

- Telemercadeo (Ventas telefónicas)
- TRADE (Apoyo con promotoria en punto de venta)
- Técnico y Aprendizaje (Capacitación a los clientes)

Proveedores

Gabrica se abastece de proveedores especializados en una amplia gama de productos diseñados para cubrir las necesidades de nutrición, salud, bienestar y belleza de las mascotas, abarcando perros, gatos y caballos, estos productos no solo garantizan la salud y vitalidad de las mascotas, sino que también promueven su bienestar general.

Alimentos equilibrados, cuidado estético y médico, la selección de los proveedores refleja la selección cuidadosa de productos con los que cuenta el portafolio Gabrica, ofreciendo a los clientes opciones que satisfacen cualquier tipo de necesidad de sus mascotas.

Sus proveedores son:

- ACEITES EXPRESS
- ALIMENTOS CONCENTRADOS RAZA LTDA
- ANIMAL TAG
- CEVA
- CHURCH Y DWIGHT
- CLOROX DE COLOMBIA

- COLTOYS
- COMPANY OF ANIMALS
- COSMOTEC
- FOOSACIENC
- HILLS PET NUTRION
- HOLLIDAY
- LLOYD
- MAGNOVET
- NEOVA
- NUTRION
- PESTELL
- SPECTRUM BRANDS
- SYNERGY LABS
- VETALL
- VETNIL
- ZOETIS

Mercado

Gabrica se caracteriza por ser uno de los líderes en el mercado de productos para mascotas, abarcando categorías como alimentos, medicamentos y productos de belleza, su presencia se destaca especialmente en la oferta de productos como vacunas, suplementos nutricionales y alimentos de calidad, este portafolio refleja el cuidado integral que se quiere ofrecer a las mascotas.

Competencia

Gabrica se distingue al no tener competencia directa en términos de productos, ya que actúa como distribuidora exclusiva de las marcas que maneja. En lugar de una competencia basada en productos específicos, la dinámica competitiva se manifiesta a través del presupuesto total, esto significa que, si bien las empresas pueden ofrecer productos similares o sustitutos, la verdadera competencia se centra en asegurar un lugar preferente en la selección del cliente.

Un ejemplo, es la competencia interna entre las marcas representadas por Gabrica, donde buscan posicionarse como la opción de preferencia para el consumidor, al mismo tiempo Gabrica compite con otras empresas del mercado que también ofrecen productos para mascotas satisfaciendo a la misma necesidad del cliente.

Tabla No. 5 Ejemplo Competencia

Competencia	Ejemplo	Características
Competidores de Marca	Gabrica distribuye la marca Hill's, mientras que competidores como Royal Canin y Proplan ofrecen productos similares, pero bajo diferentes marcas.	Los productos son comparables en precio y atributos, pero se distinguen por la marca que los respalda.
Competidores de Producto	Hill's, en términos de producto, compite con otras marcas específicas como Taste Of the Wild y Equilibrio.	La competencia se da a nivel de características y beneficios del producto, independientemente de la marca.
Competidores de Presupuesto Total	Hill's compite en el presupuesto total con dietas BARF y alimentos preparados	La competencia se extiende más allá de productos individuales, abarcando diferentes tipos de dietas y opciones alimenticias que los consumidores pueden elegir según sus preferencias y necesidades presupuestarias.

Fuente: Elaboración propia, 2023

INFLUENCIAS DE GABRICA**Influencia directa de Gabrica****Tabla No. 6 Entes reguladores**

ENTE REGULADOR	INFLUENCIA EN GABRICA
Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA)	Asegura que los productos para mascotas cumplan con los estándares de calidad, estos requieren registros y autorizaciones para productos como alimentos, especialmente aquellos que contienen ingredientes medicinales.
Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural	Regula los aspectos relacionados con la producción y comercialización de alimentos para animales.
Instituto Colombiano Agropecuario (ICA)	Supervisa los aspectos relacionados con la sanidad animal y vegetal, requiere registros y certificaciones de algunos productos.
Superintendencia de Industria y Comercio (SIC)	Protege la competencia leal y los derechos del consumidor, intervienen también en casos de publicidad engañosa o prácticas comerciales desleales.
Normativas Aduaneras	Regulan la importación y exportación de productos, ya que Gabrica se encuentra en tres países, se ve afectada la logística y los costos.
Normativas ambientales	Abarcar prácticas sostenibles en la distribución y manejo de productos para minimizar su impacto en el medio ambiente, como el uso responsable de envases, la gestión adecuada de residuos y la reducción de huella de carbono en las operaciones logísticas.
Normativas de Comercio Exterior	Regulaciones afectan las operaciones transfronterizas, incluyendo impuestos de importación y exportación, aranceles, restricciones comerciales y requisitos aduaneros, ya que Gabrica opera en tres países.
Administración de Alimentos y Medicamentos	Garantiza que los productos alimenticios y medicinales para animales cumplen con los estándares de seguridad y salud, evita problemas legales y mantiene la confianza en el consumidor
Resolución 61252 de 2020	Aborda temas como etiquetado, contenido, seguridad o cualquier otra consideración específica.

Política Nacional de Protección y Bienestar Animal	Cumplir con normas éticas y humanas establecidas en esta política, implica prácticas que aseguren el bienestar de los animales ya que cubren a varias fundaciones de animales, y una comunicación responsable sobre el origen y calidad de los productos.
Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)	Regula los aspectos fiscales y aduaneros para asegurar un flujo eficiente de productos a través de las fronteras.
Cámara de Comercio de Bogotá (CCB)	Inscripción y registros empresariales, así como en la resolución de conflictos comerciales y asegurar la estabilidad operativa de la empresa.

Fuente: Elaboración propia, 2023

Ámbitos influyentes en Gabrica

La empresa tiene un impacto en el ámbito económico directo en la fluctuación de la demanda, influencia por factores como la inflación que, afectada por el poder adquisitivo de los consumidores, puede tener consecuencias en la demanda de sus productos. Además, los costos operativos pueden verse afectados por cambios en la tasa de interés, el tipo de cambio ya que la empresa importa y exporta productos, así como por las políticas fiscales de Colombia en el entorno económico, estos factores requieren de gestión estratégica para adaptarse y mantener estabilidad en la empresa y manteniendo los marcos legales.

En el ámbito político, la empresa se ve afectada por regulaciones comerciales, tales como ajustes en las políticas comerciales, modificación de aranceles y acuerdos internacionales, dado que la empresa opera en otros países, estas variables pueden incidir en la logística, distribución y generar cambios en los costos de comercialización, la adaptabilidad de estas políticas es fundamental para asegurar una gestión eficiente en la expansión internacional de la empresa.

En el ámbito social, la empresa se ve influenciada por los cambios en las preferencias de los consumidores y las condiciones económicas del país. Además, un creciente interés en la conciencia del bienestar animal podría generar un impacto positivo tanto para la empresa como para las fundaciones que también apoya Gabrica, adaptarse a estas dinámicas sociales permite a la empresa a ajustar estrategias y operaciones para mantener en sintonía con las necesidades y las expectativas cambiantes de la sociedad que se convierten en un beneficio para la empresa.

En el ámbito tecnológico, Gabrica experimenta impactos a través de las innovaciones en productos, los avances tecnológicos presentan oportunidades para desarrollar productos con mayor calidad y más atractivos para el target de la empresa, contribuyendo así al bienestar de las mascotas, también las

plataformas de comercio electrónico se destacan como una tendencia significativa, a lo cual se adaptan y prefieren gran parte de los consumidores, como es el caso de Laika.

En lo que respecta al medio ambiente, la empresa no tiene una participación significativa, ya que incluso el transporte de sus productos está tercerizado, dado que no realiza la producción directa de sus productos, la empresa no se involucra en la implementación de normativas muy significativas medioambientales, se asegura que las marcas que distribuye si cumplan con estas normas.

CULTURA ORGANIZACIONAL

Área Funcional

En el área de Mercadeo, la empresa cuenta con una infraestructura avanzada y eficiente que apoya sus operaciones, se destaca por la implementación de un software especializado, como el ERP Dynamics 360, que transforma y automatiza diversos procesos internos, además dispone de herramientas tecnológicas adicionales, incluyendo biblioteca, correo y sitio web Gabrica (para búsquedas específicas que tengan que ver con temas relacionados con la empresa).

Para el análisis y gestión de los clientes, así como para el seguimiento de campañas la empresa utiliza POWER BI y diversas plataformas especializadas. En términos de comunicación, cuenta con un conjunto de herramientas como la plataforma Crecer, correo electrónico, Clikealo, Portal Gabrica, entre otros, este conjunto integral de herramientas ayuda a las actividades y operaciones de Mercadeo, permitiendo una gestión efectiva.

El entorno físico del área es agradable y espacioso, cuenta con oficinas y salas de reuniones bien distribuidas, la estudiante dispone de un puesto fijo con escritorio, computadoras y comodidades que facilitan un ambiente de trabajo eficiente.

Recursos del Área

Gabrica asigna el 4% de sus ventas totales como recursos para el área de Mercadeo, esta inversión demuestra el compromiso de la empresa con el desarrollo y la efectividad de las estrategias de marketing, esto ayuda a llevar a cabo las actividades del equipo en el cumplimiento de sus objetivos.

El presupuesto asignado para los gastos de Mercadeo se ajusta de acuerdo con el cargo y cuenta con un monto máximo autorizado d la siguiente manera:

Tabla No. 6 Asignación de Gastos

Jefes de Área	\$2.000.000
Coordinador Administrativo Nacional	\$6.000.000
Coordinador Administrativo Regional	\$4.000.000
Coordinador Comercial	\$2.000.000
Subgerentes	\$4.000.000
Gerentes	\$7.000.000
Directores	\$20.000.000
Dirección General	>\$20.000.000

Fuente: Elaboración propia, 2023

El recurso humano con el que cuenta Gabrica, es un personal capacitado para las diferentes

áreas que se relacionan con el departamento de mercadeo.

Los procesos del área de mercadeo:

- Investigación de mercado: Recopilar, analizar y aplicar datos sobre el mercadeo y su competencia.
- Desarrollo de estrategias: Planificar campañas, lanzamientos de productos, acciones de mercadeo, presupuesto, entre otras estrategias.
- Ejecución de campañas: Implementar y supervisor activamente las diferentes campañas de los diferentes canales asegurando su efectividad.
- Gestión de contenidos: Crear, distribuir y gestionar contenido interactivo y relevante para el target.
- Análisis de resultados: Evaluación continua, seguimiento de los resultados de las campañas para ajustar acciones al siguiente periodo.

Los protocolos se fundamentan en las políticas establecidas por la empresa y las marcas, alineándose con las directrices de los proveedores, estos protocolos abarcan tanto la comunicación interna como externa, además de incluir aspectos relacionados con la seguridad y bienestar de todos los empleados.

También utiliza recursos en transporte tercerizada como lo es por la transportadora TCC, la maquinaria que requiere se utiliza en el área de logística para el movimiento de los productos que maneja.

Cultura de la Organización

La cultura es el conjunto de entendidos importantes (a menudo no escritos) que tienen en común los miembros de una sociedad u organización y que guían el comportamiento de individual y colectivo. La cultura organizacional consta de creencias, valores y normas esenciales. Valores y creencias que definen lo correcto y lo incorrecto.

Las organizaciones orientadas al poder quieren dominar todo lo que se encuentra a su alrededor y vencer cualquier obstáculo. Generalmente, no les interesa estar sujetas a ninguna ley externa. Aquellas personas que tienen el poder quieren tener el control total sobre los procesos, el contexto y sus subordinados. La estructura de la organización se cambia en función de las necesidades que se tengan en un momento determinado. Generalmente, se da mucha importancia a la rapidez y a la flexibilidad

ante los cambios. La organización busca cooperación por parte de los empleados con base en los valores y objetivos de la empresa. (Zendesk, 2023)

La cultura organizacional de Gabrica se caracteriza por su orientación hacia el poder, reflejada en una estructura organizativa clara y jerárquica. Esta cultura promueve una toma de decisiones centralizada, donde las decisiones están fuertemente influenciadas por la jerarquía y basadas en los rangos establecidos.

Esta cultura en gran medida está marcada por la autoridad y el control, se ve acentuada por el hecho de que Gabrica es una empresa familiar que valora la seguridad y la estabilidad que les ha permitido mantenerse en el mercado, al influir en la forma en que se interpretan y aplican las estrategias de la empresa, puede tener un impacto significativo en la implementación efectiva de las decisiones estratégicas.

“Las estrategias son sólo decisiones, elecciones. Quienes van a ponerlas en práctica tienen que interpretarlas y muchos autores concuerdan en que la cultura organizacional influye en interpretación.” (Gyllenpalm, 1998)

ASPECTOS INNOVADORES DE GABRICA

La implementación tecnológica en Gabrica se destaca por su eficiente organización, evidenciada en la (Gabrica S.A.S, 2020) distingue por optimizar integralmente todas las operaciones, abarcando desde la gestión interna hasta las interacciones con los clientes y proveedores, Gabrica adopta un enfoque sistematizado, facilita la coordinación efectiva entre departamentos.

El reconocimiento Kincentric Best Employer ubica a Gabrica como uno de los mejores empleadores en el país, creando una ventaja competitiva sostenible para la empresa a través de un mayor rendimiento de su equipo de trabajo. Cabe resaltar que, este logro es el resultado de la encuesta de compromiso en la que participaron todos los colaboradores de la organización; de tal manera que son los mismos trabajadores los que reconocen positivamente a Gabrica como la empresa soñada para trabajar. Esta encuesta, adicionalmente incluye la intención que tienen los colaboradores para permanecer y crecer en la organización y su motivación para ejercer un esfuerzo extra en el trabajo. (Gabrica S.A.S, 2020)

Este reconocimiento genera una ventaja competitiva sostenible para la empresa, y sugiere que el equipo de trabajo de Gabrica exhibe un mayor rendimiento y compromiso, el hecho de que este logro provenga de una encuesta de compromiso en la que participaron todos los colaboradores destaca la autenticidad del reconocimiento, destacando a Gabrica como una empresa ideal para trabajar, un ambiente laboral saludable.

Kincentric Best Employers reconoce a las organizaciones líderes en todo el mundo, utilizando la medida más objetiva posible: la opinión de los empleados. Difiere en los factores de las personas que son la clave para acelerar el éxito: alta participación de los empleados, agilidad profunda, liderazgo involucrado y enfoque de talento, respaldado por 20 años de datos sobre la experiencia de los empleados. (KINCENTRIC, 2024)

Esto permite que esta empresa Kincentric Best Employers a la cual otras empresas se inscriben para ser guiadas y calificadas para ser nombrada como líder, esta empresa potencializa a la salud interna de las organizaciones, desencadenando cambios sostenibles, alcanzar un estatus de superioridad ante otras organizaciones, como el mejor empleador, lo cual no solo se traduce e mejoras evidentes en los resultados de las ventas, sino que también impulsa una transformación eficaz, mejor la eficiencia organizacional y genera resultados positivos para las partes involucradas con la empresa y su entorno.

Una empresa debe superar evaluaciones basadas en cuatro factores fundamentales para ser Best Employer, debe tener compromiso de los empleados, agilidad, liderazgo y enfoque en el talento, estos

son medidos y deben cumplirse todos de manera eficaz.

Gabrica se consolidó como la primera empresa Multilatina con capital 100% colombiano certificada como Kincentric Best Employer 2019 y como una organización referente a nivel país, por ser una empresa que promueve el desarrollo profesional y que se interesa por el equilibrio entre la vida familiar y laboral de sus colaboradores. (Gabrica S.A.S, 2020)

Situaciones Positivas de la Empresa

La empresa ofrece varios incentivos adicionales más allá de los beneficios legales, entre los que se destaca “La Revancha” que cuenta con bonificaciones extralegales. Además, cuenta con el programa “Goflex”, que otorga tiempo libre adicional conforme a las disposiciones legales. En cuanto los salarios, estos se ajustan en consonancia con los incrementos del salario mínimo y mediante un programa que se llama “Gabilogros”, el cual establece objetivos cuyo cumplimiento también conlleva un aumento salarial, adicionalmente, cada año, los líderes tienen la disponibilidad de asignar bonificaciones adicionales por el logro de objetivos específicos o por contribuciones destacadas al desarrollo de la empresa.

Situaciones Negativas de la Empresa

Las personas que no cuentan con un contrato directo con la empresa pueden experimentar limitaciones en cuanto al acceso a una variedad de beneficios y recursos, estos pueden incluir, entre otros, periodos de tiempo libre remunerado, permisos para circunstancias fuera de control de la persona, auxilios educativos para la familia u para la persona, cobertura de beneficios específicos de salud y oftalmológicos. Es importante reconocer que estas limitaciones pueden afectar la capacidad de las personas para acceder a recursos y beneficios importantes que pueden contribuir a su bienestar personal y profesional, en este tipo de contratos se encuentra el contrato de aprendizaje en el cual se ubica la estudiante.

Una persona que esté interesada en aprender sobre el funcionamiento interno de Gabrica, le proporcionan una visión general de cómo se estructuran los beneficios y las oportunidades de la empresa, como la empresa reconoce el desempeño de sus empleados, y los mecanismos que utiliza para promover la motivación y productividad.

Así como las posibles limitaciones para aquellos que no forman parte del personal directo de la empresa, que a su vez pueden influir en la capacidad de las personas, pueden causar desmotivación al no ser tomados en cuenta de una manera igualitaria, se reflejan las prácticas de recursos humanos de la empresa y su cultura.

Opiniones Sobre la Empresa

La proyección de ventas de Gabrica es altamente prometedora y muestra un horizonte favorable para el

crecimiento continuo. Se cuenta con una serie de proyectos estratégicos que están en marcha y que permiten expandir operaciones y aumentar la participación en el mercado de mascotas.

Por otro lado, se reconoce que el área de mercadeo ha enfrentado desafíos significativos en los últimos meses en cuanto al cumplimiento del presupuesto en comparación con el año anterior, a pesar del esfuerzo del equipo de mercadeo, varios factores externos e internos han obstaculizado el progreso hacia los objetivos antes establecidos.

HÁBITOS. COMPORTAMIENTOS Y APTITUDES

La cultura influye en la forma de decidir, el estilo de administración y las relaciones y pautas de conducta de la organización. Diferentes acontecimientos, ritos y ceremonias, individuos poderosos, mitos e historias crean la cultura. Y también recibe la influencia de los objetos materiales y de la apariencia y disposición de los entornos. (Gyllenpalm, 1998)



Esta encuesta es realizada en la empresa, se realizó a través de Google Form a 30 personas que se relacionan constantemente con la estudiante.

Imagen No. 13 Encuesta de Aptitudes 1

Evaluaciones de Aptitudes y Actitudes en Entorno Laboral

Estamos interesados en conocer tu opinión sobre una serie de aspectos relacionados con las habilidades, comportamientos y actitudes que debe cumplir un practicante en un entorno laboral teniendo en cuenta la cultura organizacional de Gabrica.

danna.estudio23@gmail.com [Switch account](#)

 Not shared 

* Indicates required question

¿Considera importante la puntualidad en el entorno laboral? *

Si

No

¿Qué nivel de importancia le otorga a la comunicación efectiva en un equipo de trabajo? *

Poco importante 1 2 3 4 5 Muy importante

Fuente: Elaboración propia, 2024

Imagen No. 14 Encuesta de Aptitudes 2

¿Es importante que el estudiante este comprometido con el cumplimiento de los objetivos de la empresa? *

Si

No

¿Qué tanto valora la capacidad de resolver problemas y de manera colaborativa con el estudiante? *

1 2 3 4 5

Poco valorado Muy valorado

¿Qué tan importante considera el que el estudiante mantenga un alto nivel de ética y profesionalismo en el trabajo? *

1 2 3 4 5

Poco importante Muy importante

Fuente: Elaboración propia, 2024

Imagen No. 15 Encuesta de Aptitudes 3

¿Es importante una buena actitud hacia la mejora continua y el aprendizaje constante en el trabajo? *

Si

No

¿Es importante que el estudiante sepa como manejar el estrés y la presión en el entorno laboral ? *

Si

No

Es importante que el estudiante sepa adaptarse a cambios? *

Si

No

El estudiante debe estar dispuesto a seguir las decisiones de los líderes sin cuestionamiento? *

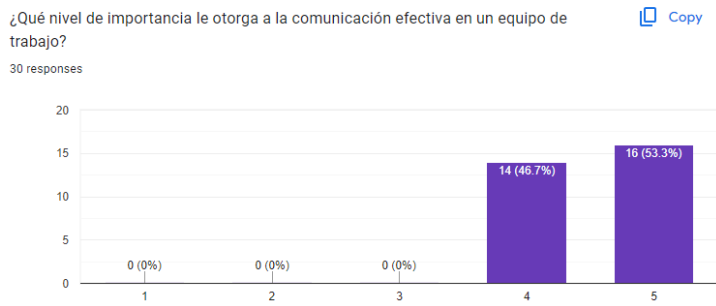
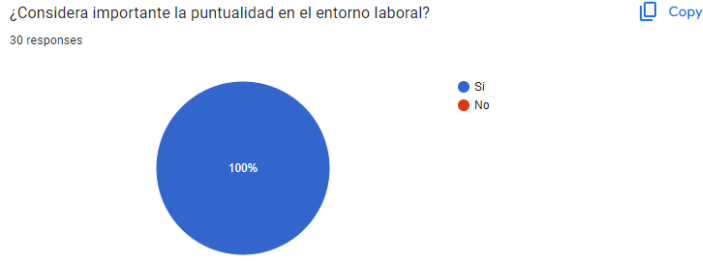
Si

No

Fuente: Elaboración propia, 2024

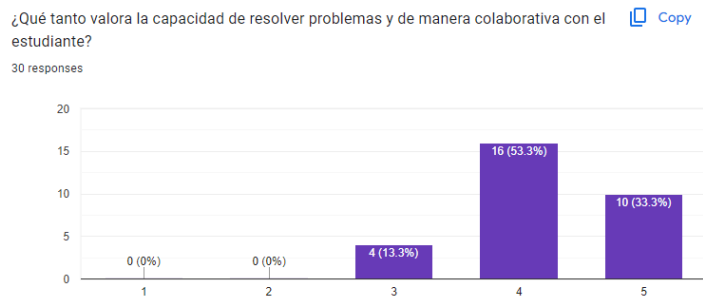
Resultados de la Encuesta

Imagen No. 16 Resultados de la Encuesta de Aptitudes 1



Fuente: Elaboración propia, 2024

Imagen No. 17 Resultados de la Encuesta de Aptitudes 2

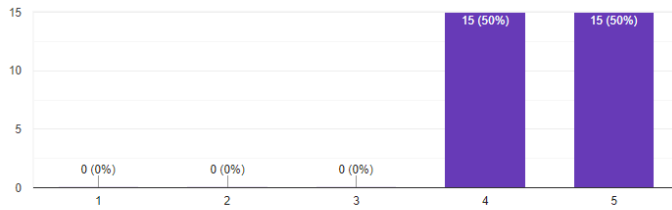


Fuente: Elaboración propia, 2024

Imagen No. 18 Resultados de la Encuesta de Aptitudes 3

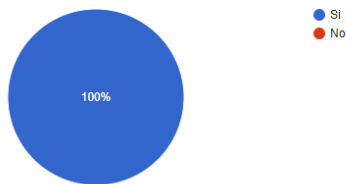
¿Qué tan importante considera el que el estudiante mantenga un alto nivel de ética y profesionalismo en el trabajo? [Copy](#)

30 responses



¿Es importante una buena actitud hacia la mejora continua y el aprendizaje constante en el trabajo? [Copy](#)

30 responses

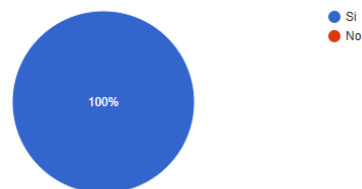


Fuente: Elaboración propia, 2024

Imagen No. 19 Resultados de la Encuesta de Aptitudes 4

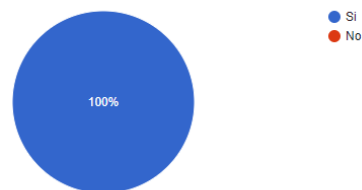
¿Es importante que el estudiante sepa como manejar el estrés y la presión en el entorno laboral? [Copy](#)

30 responses



Es importante que el estudiante sepa adaptarse a cambios? [Copy](#)

30 responses



Fuente: Elaboración propia, 2024

Imagen No. 20 Resultados de la Encuesta de Aptitudes 5



¡Gracias por tu colaboración!

Fuente: Elaboración propia, 2024

Los resultados sugieren que la puntualidad, la comunicación efectiva, el compromiso con los objetivos de la empresa, la capacidad de resolver problemas de manera colaborativa, la ética y la actitud hacia la mejora continua, como el manejo del estrés y la adaptabilidad hacia los cambios son aspectos fundamentales para ser valorado y desempeñarse eficientemente realizando las prácticas en una empresa. Sin embargo, se observa una diversidad de opiniones en cuanto a la necesidad de una atención especial con la estudiante y el seguir las decisiones de los líderes sin cuestionamiento, lo que podría ser un punto de atención para el área de recursos humanos y el desarrollo organizacional.

FODA DE GABRICA

Fortalezas

- Cuenta con un amplio portafolio integral en el mercado de mascotas, ofreciendo soluciones completas con la ayuda de sus proveedores.
- Asesoría y acompañamiento a sus clientes, brinda un servicio personalizado para la elección de sus productos a través de sus promotores y equipo técnico.
- Presencia Multilatina, están establecidos en Colombia, Chile y Perú, lo cual los hace competitivos en el mercado, con 30 años de experiencia en el sector.
- Enfoque B2B, establece relaciones a largo plazo ya que se dirige principalmente a las empresas con acuerdos más sustentables.
- E-commerce, cuenta con presencia en el comercio electrónico, desde canal propio y con alianzas estratégicas.
- Centro de experiencia y Fidelización, aquí los clientes nuevos o actuales pueden estar al pendiente de las promociones, avances, respuestas a preguntas, es un tipo call center especial de Gabrica, las ventas que genera Gabrica cubren con el apoyo del call center, lo cual esto ante la competencia los hace ser más competitivos.

Oportunidades

- La tendencia hacia el bienestar y cuidado de las mascotas va en aumento, ofreciendo así oportunidades de expansión y crecimiento, cada vez la tendencia a tener mascotas es cada vez más grande, las personas no solo tienen gatos y perros, las personas ahora desean cuidar y mantener a diferentes animales como pajaros, Marranos, etc.
- Alianzas estratégicas, colaborar con otras empresas que estén en el sector de mascotas para fortalecer posición en el mercado.
- Visibilidad y aceptación positiva de los productos marca propia de Gabrica por parte de los consumidores.
- Creciente apoyo y adopción de animales.
- Nuevas tendencias de alimento (Dieta BARF) ya que puede ser una nueva unidad de productos que pueda cubrir Gabrica.

Debilidades

- Los procesos de la empresa requieren evaluación y aprobación de múltiples personas, lo que ocasiona demoras en la ejecución de cada acción.
- Dependencia de los proveedores en especial del proveedor Hills.
- Una gran proporción del mercado no conoce las gamas premium y super premium, por lo tanto una gran parte del mercado consume marcas de gama económica o estándar al cual tienen acceso más rápido.
- Toma de decisiones por impulso dependen del carácter o deseos de varias personas, lo cual genera vacíos de poder.

Amenazas

- Cambios de preferencias por parte de los clientes, preferencia a productos más económicos de una calidad no tan baja.
- Competidores con guerra de precios.
- Cambios en las regulaciones gubernamentales afectando la disponibilidad o comercialización de los productos.
- Reputación de marca, en el caso de las marcas propias que maneja Gabrica, algunas aún no cumplen los estándares de calidad premium y super premium por lo que se caracteriza Gabrica.
- Los productos en gran medida dependen de las recomendaciones de veterinarios o expertos en mascotas, lo que genera que se deba ofrecer incentivos para que recomienden los productos de la empresa.

PROPUESTA DE ACCIÓN DE MEJORAMIENTO

Se propone una acción de mejoramiento que tendría un mejor impacto en lo económico, operativo, logístico, innovador en Gabrica:

Tabla No. 7 Propuesta de Mejoramiento

Acción	Ejecución	Resultado Esperado
Optimización de procesos	Implementar sistemas eficientes para optimización de procesos agilizar las operaciones, reduciendo así la burocracia y mejorando la velocidad de los planes de acción de los empleados y la velocidad de respuesta a las demandas del mercado.	Mayor eficiencia operativa, esto conlleva a la realización de tareas de manera más fácil y efectiva, eliminando redundancias y simplificando procedimientos. Esto no solo evita retrasos en la ejecución de las actividades, sino que también conlleva a una reducción en los costos, además, agiliza la toma de decisiones y contribuye a una experiencia laboral más satisfactoria para los empleados.
Diversificación de proveedores	Buscar activamente nuevos proveedores y negociar acuerdos estratégicos para reducir la dependencia crítica de un solo proveedor.	Reducir altamente el riesgo, se disminuye la dependencia y las interrupciones en las operaciones, lo que a su vez minimiza la vulnerabilidad ante problemas inesperados, como incumplimientos. Este enfoque no solo facilita negociaciones más favorables para la empresa, sino que también enriquece la variedad de productos en su portafolio, se aporta una mayor flexibilidad.
Toma de decisiones	Establecer un proceso claro y eficiente para la toma de decisiones, para evitar reprocesos y varias reuniones de los mismos temas a tratar. Definiendo roles y responsabilidades poniendo en	Reducción de tiempos y costos logra minimizar la necesidad de realizar múltiples reuniones y discusiones sobre los mismos temas. A tomar decisiones de manera rápida y oportuna, se aumenta la capacidad de adaptación a los cambios y

	<p>práctica el empowerment y así garantizar decisiones informadas y rápidas.</p>	<p>se responde de manera más ágil a las demandas. El empoderamiento facilita la concentración en aspectos relevantes, lo que resulta en decisiones más informadas y de mayor calidad, esto se traduce en la ejecución de estrategias que impulsan un mejor desempeño y ambiente laboral.</p>
<p>Innovación productos propios</p>	<p>Incrementar la inversión en investigación y desarrollo para mejorar la calidad, expandir y diversificar la línea de marcas propias capitalizando el potencial de crecimiento en la distribución y comercialización de marcas propias y evitar también de esta manera la dependencia de otros productos.</p>	<p>Diferenciación en el mercado, ofreciendo productos únicos y diferenciados que destaquen en el segmento de mercado de las mascotas, esta estrategia aumentará el atractivo de la marca Gabrica para los consumidores, haciéndola más competitiva. Trabajar con marcas propias fortalecerá la identidad de las marcas, construyendo una imagen más reconocida y sólida, lo que mejorará la posición en el mercado, al mismo tiempo esto reduce la dependencia a otros productos, además las marcas propias suelen generar mayores ganancias.</p>
<p>Expansión de alianzas estratégicas</p>	<p>Explorar oportunidades para colaborar con otras empresas del sector de las mascotas, fortaleciendo la posición en el mercado que potencien la oferta de productos y servicios de Gabrica.</p>	<p>Ampliación del portafolio, ofreciendo a los clientes una gama de más amplia de opciones para satisfacer sus necesidades y preferencias, esta estrategia no solo puede aumentar la base de clientes al acceder a nuevos mercados y segmentos anteriormente inexplorados, sino que también fortalece la red de distribución y canales de venta.</p>

Estrategias de valor agregado	Enfocar estrategias añadan valor a los servicios que se brindan a los clientes, estar en constante búsqueda y análisis del comportamiento del consumidor para así satisfacer la demanda e ir un paso más adelante que la competencia.	Mejorar la experiencia del cliente, cultivar la lealtad del cliente hacia las marcas, aumentar la retención de estos evita que opten por otras alternativas. Esta estrategia no solo genera una ventaja competitiva sostenible, sino que también contribuye a mantener la relevancia y éxito a largo plazo en el mercado de mascotas.
-------------------------------	---	---

Fuente: Elaboración propia, 2024

Estas acciones promueven cambios significativos, y la implementación de estas estrategias debe llevarse a cabo con un enfoque de incrementalismo lógico.

James Brian Quinn y su teoría reconoce que realizar cambios en las empresas grandes es complicado y requiere de tiempo. Fuerzas internas y externas ejercen presiones considerables para resistir a los planes de la alta dirección de reorganización estratégica de la compañía. (Gyllenpalm, 1998)

El incrementalismo lógico describe este proceso y se concentra en la evolución de los cambios mientras las metas generales se estrechan, definen y adaptan. Las etapas del incrementalismo lógico son:

Interés general: una vaga conciencia de algún asunto u oportunidad.

Difusión de una idea general sin detalles: se lanza la idea en busca de reacciones a favor y en contra y de afinación.

Desarrollo formal del plan del cambio.

Se aprovecha una crisis o una oportunidad para estimular la implementación del plan de cambio: el retiro de un gerente general o la pérdida repentina de una participación en el mercado pueden facilitar la rápida aceptación y realización del cambio.

Adaptación del plan conforme avanza la implementación.

Este patrón ayudará a los líderes de la empresa a la implementación eficaz, adaptación y a la aceptación a los cambios que en este caso se implementarían en Gabrica.

Estas acciones de mejoramiento representan una estrategia integral destinada a impulsar la posición competitiva de Gabrica en el mercado de las mascotas. La mejora en la eficiencia operativa, a través de

la optimización de procesos y la diversificación de proveedores, permite a la empresa maximiza el uso de sus recursos, reducir costos y responder de manera más ágil a las demandas del mercado, evitando ponerse en riesgo frente a situaciones inesperadas.

Además, la innovación en productos propios y la expansión de alianzas estratégicas fortalecerán la diferenciación de Gabrica en el mercado de mascotas, mediante el desarrollo de nuevas líneas y apoyo en marcas propias, tendrá una variedad de opciones que se destaquen por su calidad y diferenciación en los consumidores.

Este plan también busca incrementar la capacidad de adaptación de Gabrica frente a los cambios en el entorno empresarial y las preferencias de los consumidores, al estar en constante búsqueda y análisis del comportamiento de los consumidores, la empresa podrá anticipar las tendencias y ajustar rápidamente su portafolio para satisfacer esas necesidades cambiantes.

Lo ideal en la implementación de estrategias es llegar a un estado en el que todos los miembros de la organización entienden lo que tienen que hacer y por qué. Es el estado de mutuo entendimiento, y, aunque asegura la implementación durante largo tiempo, pocas organizaciones lo alcanzan. (Gyllenpalm, 1998)

Lo ideal es que Gabrica implantando este plan, llegue a una relación de implementación completa, existen cuatro relaciones “entre los participantes, relaciones que dependen de qué tan bien entienden los gerentes las necesidades, los deseos y las capacidades de los miembros de la organización y qué tan bien comprenden éstos las metas, los objetivos, las tareas y los supuestos del plan” (Gyllenpalm, 1998) El eje X representa si los miembros entienden el plan o no; el de la Y, si los gerentes comprenden o no las necesidades de los miembros.

Imagen No. 21 Implementación del Cambio

	Los miembros no entienden el plan.	Los miembros entienden el plan.
Los gerentes no entienden las necesidades, los deseos y las capacidades de los miembros.	<p>Implementación fallida El poder y la autoridad son los únicos métodos disponibles. 3</p>	<p>Implementación parcial El poder y la autoridad son los únicos métodos disponibles. 2</p>
Los gerentes entienden las necesidades, los deseos y las capacidades de los miembros.	<p>Implementación parcial La motivación y el convencimiento son métodos posibles. 4</p>	<p>Implementación completa Exige el uso total del proceso de cambio social. 1</p>

Fuente: Tomada del Libro Administración del Comportamiento Organizacional, 2024

Primer cuadrante: **Implementación completa.** Elevada preparación para la comprensión.

El objetivo final de este plan de mejoramiento es mejorar su gestión interna y posicionar a Gabrica como líder indiscutible en el sector de productos para mascotas. Al ofrecer una combinación única de eficiencia operativa, innovación, diferenciación y capacidad de adaptación, ser la opción preferida de los consumidores para mitigar la competencia, como ser la opción preferida para los socios comerciales del mercado que quieran ser parte del portafolio exclusivo de Gabrica.

CONCLUSIONES

Para desempeñarse en funciones de una empresa como Gabriela de manera eficaz, es crucial contar con diversos campos, teniendo en cuenta las carreras de Administración de Empresas y Mercadeo que ha cursado la estudiante. La base adquirida de conocimiento en fundamentación básica de cada carrera, y, en cuanto a fundamentación específica estudio del consumidor, investigación de mercados, estas ayudan a comprender y colaborar en el desarrollo de estrategias de nuevos productos y actividades, realizar estudios de recopilación de información de información sobre competencia, tendencias del mercado y comportamiento organizacional. Además, la asignatura de administración financiera, análisis organizacional, habilidades gerenciales, la distribución de los recursos, gerencia de proyectos y presupuesto, ayuda en la liquidación y gestión de planes de incentivos para vendedores y los concursos que se realizan, en el apoyo de las actividades y análisis del cumplimiento de objetivos, llevar a cabo solicitudes y seguimiento de facturaciones de producto, material POP y otros servicios.

Otras asignaturas como merchandising y promoción de ventas, comunicaciones en marketing, dirección de ventas, gerencia de producto y precio, ayudan con el comportamiento y análisis en las visitas a puntos de venta, colaborar con la gestión de desarrollo y ejecución de estrategias de marketing, incluyendo la planificación de campañas y eventos, recopilar y analizar los datos de los formularios, campañas y eventos que retroalimentan el área, estas proporcionan una base sólida para desempeñarse bien en el cargo de practicante, teniendo en cuenta que la estudiante tiene conocimientos de dos carreras.

En cuanto a los temas que deben estar incluidos en el plan de estudios para que la enseñanza que brinda la universidad sea más completa incluir asignaturas con contenido como:

1. Desarrollo Profesional:

- ⇒ Elaboración de hoja de vida: Enseñar a los estudiantes a crear una hoja de vida efectiva y concisa.
- ⇒ Preparación para entrevistas de trabajo: Brindar técnicas y consejos para enfrentar con éxito entrevistas laborales, incluyendo práctica de respuestas a preguntas comunes y manejo de situaciones afines a la carrera.

- ⇒ Desarrollo de marca personal: Explorar la importancia de tener una marca personal sólida y coherente en el ámbito profesional, incluyendo la identificación de fortalezas, valores y objetivos profesionales.
- ⇒ Ética y profesionalismo en el trabajo: Discutir sobre la importancia de mantener altos estándares éticos y profesionales en el trabajo.
- ⇒ Relaciones interpersonales en el trabajo: Enseñar habilidades de comunicación efectiva, trabajo en equipo y resolución de problema, promover el desarrollo de relaciones colaborativas y positivas.
- ⇒ Liderazgo y gestión de Carrera: Enseñar conceptos básicos de liderazgo y desarrollo de carrera, identificación, planeación y autogestión de carrera.
- ⇒ Adaptación: Ofrecer estrategias y herramientas para adaptarse al entorno laboral, gestionar de manera eficaz el tiempo.
- ⇒ Autoconocimiento y desarrollo: Facilitar la reflexión personal y la autoevaluación para aprender a identificar áreas de mejora y diseñar un plan de desarrollo profesional.

2. Comunicación y Expresiones efectivas:

- ⇒ Técnicas de oratoria: Enseñar a estructurar una entrega de discursos de manera efectiva, incluyendo la introducción, desarrollo y conclusión.
- ⇒ Comunicación no verbal: Analizar el lenguaje corporal, gestos, postura y contacto visual para forzar el mensaje y generar confianza en el público.
- ⇒ Captar la atención de las personas: Estrategias para iniciar una presentación de manera impactante, utilizar herramientas que permitan mantener la atención y entendimiento del público.
- ⇒ Manejo de nervios y ansiedad: Enseñar técnicas para controlar los nervios y la ansiedad antes y durante una presentación.
- ⇒ Estructura de discurso: Enseñar a organizar ideas de manera clara y coherente.
- ⇒ Adaptación al público: Analizar las características del público objetivo y el contexto de la presentación para adaptarse al mensaje y al estilo de comunicación.
- ⇒ Herramientas de apoyo: Enseñar a utilizar la tecnología y herramientas de presentación.

Durante el periodo de prácticas la estudiante en la empresa se sintió involucrada en los proyectos, en los eventos, en reuniones y conectada con la mayoría del equipo de mercadeo y empleados. Fue recibida con calidez, hubo una integración rápida desde el momento en que se contactaron con ella, hubo una

sensación de pertenencia se vio en la confianza que los líderes le brindaron desde el comienzo, brindando así la oportunidad de que contribuyera activamente en las tareas de la empresa.

La estudiante de Administración de Empresas encontró en Gabrica un entorno agradable para realizar la práctica, ampliar conocimiento y adquirir experiencia. Durante el periodo de prácticas en la empresa tuvo la oportunidad de participar en el desarrollo de estrategias de mercado, analizar datos de investigación de mercado y colaborar en la planificación y ejecución de campañas, eventos, contenido. Esta experiencia permitió poner en práctica los conocimientos aprendidos en clase, sino también adquirir nuevas habilidades directamente aplicables a mi carrera profesional.

De las principales labores que desarrollo la estudiante fue el apoyo en proyectos de mercadeo, donde trabajo en equipo con los jefes de marca y gerentes de mercadeo en el desarrollo de estrategias para impulsar el crecimiento de las marcas.

Además, participo en actividades, eventos, campañas, y estuvo a cargo del contenido de una marca, que le permitió estar activamente en la investigación del mercado de mascotas, donde tuvo la oportunidad de recopilar y analizar datos sobre la empresa y su competencia, las tendencias del mercado y el comportamiento de los consumidores, desarrollando así habilidades analíticas que son fundamentales para el campo de administración y mercadeo.

En resumen, la experiencia que adquirió la estudiante en el periodo de seis meses en la empresa Gabrica S.A.S contribuyo de manera significativa en el desarrollo como Administradora de Empresas, adquirir habilidades prácticas en una variedad de campos de la empresa, además del crecimiento personal que adquirió la estudiante, enfrente desafíos nuevos, se adaptó a un nuevo entorno, contribuyo a tener una mayor confianza en sí misma. También valora las habilidades de comunicación que adquirió, oral, escrita al interactuar con sus compañeros, apporto el trabajo en equipo, ser más social, más abierta a las personas, también algo de beneficio fue establecer contactos profesionales y desarrollar relaciones laborales que pueden ser beneficiosas para futuras oportunidades laborales, ayudo a proponerse otras metas y objetivos que antes no tenia claros, fue un desarrollo integral que le deja una experiencia enriquecedora.

Bibliografía

Crecer . (25 de Agosto de 2023). *ECERT*. Obtenido de ECERT:

<https://crecer.elearning.co/courses/certificates>

Empleo. (Octubre de 2023). *Empleo*. Obtenido de Empleo:

<https://www.empleo.com/co/terminos->

condiciones#:~:text=Acerca%20de%20Membres%C3%ADas%20de%20empleo,de%20su%20hoja%20de%20vida.

Gabrica . (12 de Noviembre de 2023). *Gabrica S.A.S*. Obtenido de Gabrica S.A.S:

<https://www.gabrica.co/portal-empresarial/catalogo>

Gabrica. (26 de Octubre de 2023). *Gabrica Acciones de Marketing*. Obtenido de Gabrica Acciones de

Marketing: <https://sites.google.com/gabrica.com.co/acciones-de-mercadeo-gabrica/inicio>

Gabrica. (27 de Agosto de 2023). *Gabrica Expertos en mascotas*. Obtenido de Gabrica Expertos en

mascotas: <https://www.gabrica.co/home>

Gabrica Catálogo. (12 de Noviembre de 2023). *Gabrica S.A.S*. Obtenido de Gabrica S.A.S:

<https://www.gabrica.co/portal-empresarial/catalogo>

Gabrica Nuestros Productos. (12 de Noviembre de 2023). *Gabrica*. Obtenido de Gabrica:

<https://www.gabrica.cl/catalogo/>

Gabrica S.A.S. (24 de Enero de 2020). *Best Employer Gabirca*. Obtenido de Best Employer Gabirca:

<https://www.gabrica.co/blog/mejores-empresas-colombia-gabrica-best-employer-kincentric>

Gabrica S.A.S. (8 de Noviembre de 2023). *Gabrica*. Obtenido de Gabrica:

<https://www.gabrica.co/nuestra-historia>

Gyllenpalm, B. (1998). *ADMINISTRACIÓN DEL COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL 7MA EDI*. México:

Prentice-Hall.

KINCENTRIC. (31 de Enero de 2024). *KINCENTRIC*. Obtenido de KINCENTRIC:

<https://www.kincentric.com/bestemployers>

MOORHEAD, G. (2010). *COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL* . Cengage LEARNING.

Zendesk. (7 de Febrero de 2023). *Zendesk*. Obtenido de Zendesk:

<https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-de-cultura-organizacional/>

Anexos



PROCESO PRÁCTICAS
FORMATO EVALUACIÓN DEL PRÁCTICANTE A LA PRÁCTICA

CODIGO FOR-AES-PRA-002
FECHA: 11-02-2019
VERSION: 0

I. INFORMACIÓN GENERAL	
Fecha de evaluación:	8/02/2024
Fecha de inicio:	15/08/2023
Fecha fin:	14/10/2024
Nombre del practicante:	Danna Isabella
Apellidos:	Jimenez Quintero
Número de identificación:	1000212827
Empresa:	GABRICA S.A.S
NIT:	8001647676
Nombre del tutor:	Marcela Jurado
Cargo:	Gerente de Mercadeo Corporativo
Correo electrónico:	danna.jimenez@utadeo.edu.pa
Teléfono:	3026273064


II. EVALUACIÓN DEL PRÁCTICANTE A LA EMPRESA Y PROFESOR MONITOR

Por favor seleccione la calificación que considere adecuada en la casilla correspondiente a cada criterio, según la escala.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Deficiente	Insuficiente	Suficiente	Excelente	Sobresaliente
	1	2	3	4	5
EVALUACIÓN					
COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN				EVALUACIÓN
EMPRESA Y TUTOR	Cuento con los espacios adecuados para el desarrollo de la práctica				X
	La empresa proporciona los recursos necesarios para que los practicantes realicen las actividades programadas				X
	La empresa cuenta con una persona que lo apoye y oriente en la ejecución de sus funciones				X
	Las actividades realizadas son coherentes con su programa de formación profesional				X
PROFESOR MONITOR	Es respetuoso y correcto en el trato con los estudiantes.				X
	Atiende preguntas y consultas de forma ágil.				X
	Estimula la participación del estudiante en el desarrollo de la práctica.				X
	Retroalimenta las actividades ejecutadas por el estudiante en torno a lo evidenciado en el desarrollo de la práctica.				X
	Hace uso adecuado del tiempo de las asesorías. (tiempo y calidad de las asesorías)				X
	Tiene un conocimiento adecuado del programa y del área del aplicación de la práctica				X

III. OBSERVACIONES (Sobre la empresa o el profesor monitor)

la empresa ofrece un gran nivel de seriedad y experiencia en el campo. la practica resulto de gran beneficio para el desarrollo profesional y personal gran oportunidad de desempeñar tareas realizadas antes a mi carrera, trabajo en un entorno agradable. Buen acompañamiento por parte del monitor.

Firma: 
 Nombre estudiante: Danna Isabella Jimenez Quintero
 Programa Académico: Administración de Empresas



PROCESO PRÁCTICAS
FORMATO EVALUACIÓN PRÁCTICA

CODIGO: FOR-AES-PRA-001
FECHA: 11-02-2019
VERSION: 2

I. INFORMACIÓN GENERAL	
Fecha de evaluación:	12/02/2024
Fecha de inicio:	Fecha fin:
Nombre del practicante:	DANNA ISABELA
Apellidos:	JIMENEZ QUINTERO
Número de identificación:	1000212821
Empresa:	GABRICAS S A S
NIT:	800107076
Nombre del tutor:	MARCELA JURADO
Cargo:	GERENTE CORPORATIVO PET PARENT
Correo electrónico:	marcela.jurado@gabrica.com.co
Teléfono:	3112815011

II. EVALUACIÓN DEL PRÁCTICANTE

Por favor seleccione la calificación que considere adecuada en la casilla correspondiente a cada criterio, según la escala.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Deficiente	Insuficiente	Suficiente	Excelente	Sobresaliente
	1	2	3	4	5
EVALUACIÓN					
COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN				
Compromiso organizacional	Cumple con el horario de trabajo acordado				x
	Su presentación personal es adecuada según el ambiente de trabajo				x
	Cumple con las normas internas de la institución				x
	Cuida los materiales e implementos de trabajo que están bajo su responsabilidad				x
Habilidades interpersonales	Mantiene relaciones cordiales con sus superiores.				x
	Establece relaciones cordiales con sus compañeros.				x
	Desarrolla buena comunicación con clientes.				x
	Es respetuoso con las opiniones de sus superiores y compañeros				x
	Recibe en forma apropiada la retroalimentación del jefe inmediato o asesor y adopta estrategias de cambio				x
	Escucha atentamente las necesidades e indaga con preguntas para aclarar la solicitud.				x
	Comunica adecuadamente sus ideas usando efectivamente medios escritos y orales.				x
Orientación al logro y trabajo en equipo	Busca oportunidades para informarse y aprender constantemente para hacer mas eficiente su trabajo.				x
	Se evidenció coordinación de actividades entre el estudiante practicante y el tutor institucional.				x
	Cumple con las actividades y funciones designadas y plazos propuestos, con base a una planificación.				x
	Propone alternativas de solución a problemas y situaciones que lo requieren, en el contexto del desarrollo de su práctica				x
	Demuestra responsabilidad y compromiso en la ejecución de actividades.				x
	Tiene la competencia para el diseño, la planeación y presentación de proyectos e informes.				x
	Demuestra iniciativa y es proactivo. Dirige sus acciones a obtener resultados y generar soluciones con la calidad esperada.				x
	Demuestra las competencias específicas adquiridas en su formación en situaciones reales de trabajo.				x
Sus conocimientos se traducen en aportes para el desempeño del trabajo.				x	
Cumplió con lo establecido en el plan de trabajo (plan de práctica)				x	

III. CONCEPTO GENERAL

Danna Isabella es una persona que maneja un buen relacionamiento, en su practica aporto y logro demostrar interés por aprender, es una persona colaboradora y se oriento a lograr el cumplimiento de sus obligaciones.

Recomendaría tener practicantes de la universidad para el siguiente periodo:	SI	NO	Recomendaría ampliar el número de practicantes para el siguiente periodo:	SI	NO
	x			x	

Si su respuesta fue positiva en cuantos:	2
--	---

Marcela Jurado
Firma del tutor
Nombre tutor: Marcela Jurado

