



Reconstrucción del Proceso de Importación de la Compañía Sublisuministros S.A.S

Alejandro Ossa Ríos

Docente Asesor:

León Jaime Henao Orozco

Rosa Jannet Restrepo Restrepo

Universidad Católica Luis Amigó

Facultad de Ciencias Administrativas, Económica y Contable

Negocios Internacionales

Medellín - Antioquia

Medellín

2021 - 1

Índice

	pág.
Glosario	7
Resumen ejecutivo	9
Introducción	10
1. Antecedentes	5
2. Empresa objeto de la práctica	6
2.1 Objeto Social	6
2.2 Misión	7
2.3 Visión	7
2.4 Valores Corporativos	7
2.5 Objetivos Estratégicos	8
2.5.1 Principio	8
2.5.2 Seguridad y Salud Ocupacional	8
2.5.3 Ambiental	8
2.5.4 Calidad y Servicio	8
2.5.5 Rol Comercial	9

3. Agencia objeto de práctica	9
3.1 Cargo Desempeñado	9
3.2 Perfil del Cargo	9
3.3 Objetivo del Cargo	10
3.4 Funciones para realizar	10
3.5 Relación con otros Cargos	10
3.6 Herramientas y Equipos para la Ejecución del Cargo	11
3.7 Condiciones de Trabajo	11
3.8 Entrenamiento	12
3.9 Competencias	12
3.10 Responsabilidades	12
3.11 Deberes	12
3.12 Riesgos del Cargo	12
4. Características De La Práctica	13
4.1 Justificación	13
4.1.1 Justificación Teórica	13
4.1.2 Justificación Social	14

4.2 Objetivo General	14
4.3 Objetivos Específicos	14
5. Informe Ejecutivo	15
6. Propuesta De Valor Para La Compañía	26
6.1 Plan de Intervención	26
6.2 Sistema de Proveedores Actualizado	28
7. Aportes A Mí Formación Personal	30
8. Aportes A Mí Formación Profesional	31
9. Conclusiones	32
10. Recomendaciones	33
referencias	34
Anexos	37

Índice de Gráficos

	pág.
Grafico 1. Logo Empresarial	9
Grafico 2 Relación con otros Cargos	11
Grafico 3 Normativa y Aduanas	17
Grafico 4 Actualidad Normativa	18
Grafico 5. Actualidad Normativa	19
Grafico 6. Syscomer	19
Grafico 7. Balance y Proveedores	20
Grafico 8. Siigo Premium	21
Grafico 9. We Chat	21
Grafico 10. Liquidación de Orden	22
Grafico 11. Liquidación Peltre Color Make	22
Grafico 12. Sistema Operativo de la Compañía	23
Grafico 13. Administrativo	23
Grafico 14. Página y Redes Sociales de la Compañía	24
Grafico 15. Direccionamiento Estratégico	24
Grafico 16. Redes Sociales	25
Grafico 17. Planeación Estratégica	26
Grafico 18. Socios y Proveedores Claves	29

Índice de Anexos

	Pág.
Anexo 1. Instalaciones	37
Anexo 2. Bodega y Enceres	39
Anexo 3. Importaciones Recibidas	42
Anexo 4. Fachada y Empleados	46
Anexo 5. Aliados Estratégicos	49
Anexo 6. Aliado 1: Empresa K-MISETAS	49
Anexo 7. Aliado 2: Konicolor	50
Anexo 8. Aliado 3: Maxcolor	51
Anexo 9. Aliado 4: Supercolor	52
Anexo 10. Aliado 5: Merkatex	53

Glosario

Aranceles: un arancel es un impuesto que se aplica a todos los bienes que son objeto de exportación e importación.

Dumping: se conoce como dumping, cuando un producto es introducido en el mercado de un país a un precio inferior a su valor normal.

Contrato Agencia Internacional: el contrato de Agencia Internacional es aquel contrato mediante el cual una parte (principal) encarga a otra (agente) la promoción de negocios por su cuenta y orden de forma continuada.

Contrato de Distribución Internacional: un contrato de distribución comercial internacional es aquel en virtud del cual el fabricante de un producto determinado establece un vínculo de colaboración estable y duradera con otra empresa comercial

Contenedor: los contenedores son recipientes de carga para el transporte ya sea marítimo, terrestre, aéreo o multimodal. Se tratan de unidades inmóviles que protegen la mercancía ante factores externos.

Exportaciones: exportar es la venta y transporte de bienes o servicios a otro país.

Logística: la logística internacional es un conjunto de operaciones destinadas a transportar materias primas o productos finalizados desde un país de origen (exportador) hasta un país de llegada (importador), en donde se utilizarán los recursos recibidos para la fabricación de productos o para la comercialización directa.

Muestra: las muestras son objetos representativos de una categoría determinada de mercadería ya producida, que están destinados exclusivamente a exhibiciones o demostraciones para concretar operaciones comerciales con dicha mercadería.

Resumen Ejecutivo

En el presente informe encontraremos el caso práctico de Sublisuministros S.A.S., donde con un previo estudio del caso de las importaciones de dicha compañía se evidencian falencias en el proceso de compra y logística de la mercancía.

Se podrá observar el procedimiento y todo el proceso de compra y logística internacional del modelo de negocio de la compañía y su posterior reestructuración para mejorar.

Se evaluará todo el proceso de importación de la compañía buscando las falencias específicas y se buscará la manera más adecuada de mejorarlas para que todo se vea reflejado en un proceso de importación más eficaz, eficiente y en mayores utilidades para la compañía.

Introducción

Las importaciones ayudan a conseguir productos a un precio competitivo para ofrecer en el mercado local, el caso particular de china es especial ya que la mayor parte de las importaciones son de origen chino por su bajo coste de mano de obra.

La pandemia ha generado diversos problemas al comercio internacional, afectando tiempos de producción, espacios para cargar la mercancía, aumento de tarifas para transporte internacional, aumento de costos de materias primas, entre otros factores que han afectado de gran manera a los importadores y su correcto funcionamiento, obligándolos a recurrir a diferentes métodos y a replantear sus modelos de negocio.

En el siguiente trabajo encontraran el caso de importación de mugs desde china de la compañía Sublisuministros S.A.S., los factores que han afectado el proceso de importación y la reducción de utilidades de la operación.

Se analizará el proceso de importación y se reconstruirá el mismo proceso con mejoras técnicas en casa paso desde el contacto a proveedores, compras y logística internacional para lograr ser más competitivos y aumentar las utilidades de la compañía vía reducción de costes y aumentos de rentabilidad.

1. Antecedentes

Hablar de Sublisuministros es hablar de una compañía de personas profesionales, comprometidas y apasionadas por enfocar toda su capacidad de trabajo en brindar una experiencia de contacto con los clientes única y extraordinaria. Nuestra excelente visión de negocios nos permite ser líderes en el mercado publicitario, en el que ofrecemos y renovamos constantemente nuestro portafolio según las necesidades del mercado y con todo un personal capacitado para asesorar, acompañar e informar de manera pertinente al cliente en todo su proceso de compra. Innovar, brindar confianza con la excelente calidad de nuestros productos y dar soporte, es lo que nos permite hoy ser el mejor aliado de empresas de publicidad en todo el territorio colombiano.

Somos una empresa dedicada a la importación de maquinaria e insumos para la sublimación, impresión y estampación, nos encargamos de toda la logística que viene de países fabricantes, con los cuales tenemos convenios para generar mayor valor de expectativa y de oportunidad de negocio en el mercado colombiano. Lo que más nos caracteriza son nuestros precios bajos, la calidad y nuestras políticas de distribución que van siempre enfocadas en ser económicas sin desmeritar su calidad.

Nuestra historia comienza en el año **2013**, cuando descubrimos que en el mercado publicitario no existía una opción que permitiera brindar alianzas estratégicas con proveedores que contemplaran precios bajos y un servicio confiable y efectivo. Decidimos empezar este proyecto con toda la ambición que lo requería y hoy en día nos hacemos merecedores de seguir con una alta participación gracias a todas las personas que trabajan día a día con compromiso y dedicación por este proyecto.

Sublisuministros cuenta con una amplia categoría de productos y servicios, dentro de los cuales se encuentran: mugs, termos, textiles, llaveros, cerámica, rompecabezas, empaques, máquinas y suministros y Servicio técnico de maquinaria y servicio de estampado e impresión. Dentro de estas categorías de nuestro portafolio podrás encontrar más de 250 referencias.

La sede única y principal de Sublisuministros se encuentra en la ciudad de Medellín en el sector Estadio, en la Calle 49 Número 78 A 67, donde podrás encontrar fácil acceso, atención directa y envíos a todo el país. Contamos con una cobertura de despachos al 90 % de del territorio nacional y lo hacemos mediante transportadoras con las cuales tenemos convenio o con las que sean de mayor preferencia de nuestros clientes.

2. Empresa Objeto de la Práctica

2.1 Objeto Social

“La importación y exportación de materia prima y equipos de fotografía y la imagen, así como la importación y exportación de cámaras de fotografía digital, importación y exportación de insumos para la industria de la fotografía y la imagen, importación y exportación de equipos y accesorios para telefonía celular, importación y exportación de muestras y equipos promocionales en general, importación y exportación de impresoras de pequeño y gran formato, así mismo, los repuestos y accesorios e insumos de impresión, material publicitario, y equipos y accesorios e insumos para la industria de la estampación y todo lo referente al comercio de insumos de la industria de la sublimación.

Importación de equipos de gran formato, tintas, así como también importación y exportación de equipos y accesorios de iluminación para la industria fotográfica.

Efectuar operaciones de comercio exterior y particularmente orientar sus actividades hacia la promoción y comercialización de productos colombianos en los mercados externos;

Maquila, compra, venta, importación y exportación, distribución, representación comercial y comercialización de bienes de lícito intercambio, como artículos fabricados en bronce, línea de hogar y vestuario, artículos artesanales y calzado, suministro y repuesto para microcomputadores e impresoras.”

2.2 Misión

“Sublisuministros ha asumido el compromiso de identificar y satisfacer las necesidades de los clientes con respeto, responsabilidad, compromiso y liderazgo, formando alianzas estratégicas y logrando así ofrecer productos de altísima calidad que permitan tener un crecimiento y desarrollo integral en todo el mercado” (Sublisuministros, 2021).

2.3 Visión

“Ser una compañía generadora de valor y de experiencias, reconocida en todo el país por su excelente servicio de atención al cliente y por ser la más innovadora en el medio” (Sublisuministros, 2021).

2.4 Valores Corporativos

Respeto por las opiniones, gustos o puntos de vista del otro.

Amabilidad y cordialidad en las relaciones tanto personales como laborales.

Trabajar con toda la pasión y entrega que comprometen nuestras labores.

Compromiso y honestidad con lo que ofrecemos y prometemos.

Escuchar, socializar y comunicar todas nuestras acciones comerciales con nuestro grupo de trabajo y nuestros clientes (Sublisuministros, 2021).

2.5 Objetivos Estratégicos

2.5.1 Principio

“Saludar, dar la bienvenida y siempre agradecer; son algunas de las conductas que van arraigadas a nuestros principios. Lograr una atención eficaz con sentido humano y ético, orientar al cliente en todo su proceso de compra con información rápida, sencilla y brindarle toda la confianza para una compra segura. Todos somos piezas clave, el trabajo en equipo y la buena comunicación hacen parte de nuestro día a día” (Sublisuministros, 2021).

2.5.2 Seguridad y Salud Ocupacional

“La seguridad y la salud en nuestro ambiente laboral es un valor prioritario, por eso estamos comprometidos 100% con la seguridad y el cuidado de las personas que laboran y frecuentan nuestra compañía” (Sublisuministros, 2021).

2.5.3 Ambiental

“Estamos comprometidos con el desarrollo armonioso y sostenible de la sociedad. También con el cuidado y protección del medio ambiente mediante estrategias controladas de consumo y ahorro” (Sublisuministros, 2021).

2.5.4 Calidad y Servicio

“Los clientes de Sublisuministros son personas que buscan un artículo o producto único y que se distinguen por tener la calidad necesaria para que perdure en el tiempo, enfocamos toda nuestra capacidad en ello. Para Sublisuministros, la calidad de los productos y del servicio al cliente es tan importante que capacitamos constantemente a todo nuestro grupo de trabajo en atención al cliente y llevamos mediciones para el mejoramiento continuo de la calidad de los productos” (Sublisuministros, 2021).

2.5.5 Rol Comercial

“Nuestro servicio de atención se mide básicamente bajo un método que denominamos como A.I.E. (Atención, Información, Efectividad). El propósito de este método es la cortesía hacia el cliente y los mismos trabajadores, eficiencia de trabajo, seguridad y la aplicación de nuevos procesos. Saludar, dar la bienvenida, sonreír, siempre agradecer y brindar una experiencia al cliente son las piezas claves del éxito de nuestro servicio y por lo que nos prefieren nuestros cliente” (Sublisuministros, 2021)

3. Agencia Objeto de Práctica

Gráfico 1. Logo Empresarial



Fuente: (Sublisuministros.com, 2021)

3.1 Cargo Desempeñado

Líder de compras, encargado de gestionar las compras desde el primer contacto con el proveedor hasta la puesta en venta de la mercancía.

3.2 Perfil del Cargo

Líder de compras, puesto clave dentro de la organización donde las proyecciones, evaluaciones y mediciones a través de indicadores son esenciales para la consecución de los objetivos planificados desde el área de compras.

3.3 Objetivo del Cargo

Llevar un control de las compras en el exterior y ventas locales, logrando un contacto directo con los proveedores, la comunicación con el agente de carga, consiguiendo documentación de directrices empresariales a los jefes inmediatos.

3.4 Funciones para realizar

Revisión de stock y generación de órdenes de compra

Primer acercamiento a los proveedores, contacto y cotización

Comparación de precios y selección de mejor oferta

Desembolso de capital para producción

Contacto y coordinación con agente de carga para el transporte de la mercancía

Contacto y coordinación con agente de aduanas para todo el tema aduanero de la mercancía.

Liquidación de mercancía con costos y precios de venta según rentabilidad

3.5 Relación con otros Cargos

Gráfico 2 Relación con otros Cargos



Fuente: Autoría Propia

3.6 Herramientas y Equipos para la Ejecución del Cargo

En Sublisuministros se cuenta con el material y los equipos acordes y actualizados que permiten un adecuado desempeño en el cargo, brindan la posibilidad de ejercer más actualizadamente en términos tecnológicos. (Syscomer, Legiscomex, Siigo)

Syscomer: Investigación de mercado

Legiscomex: Legislación actualizada

Siigo: Programa contable en la nube

3.7 Condiciones de Trabajo

Se realiza trabajo presencial en las instalaciones de la compañía, cuentan con materiales para el cargo como computador, silla ergonómica, kit completo y protocolo de bioseguridad, la jornada laboral es de 8 horas diarias de lunes a sábado con pausas activas y tiempo de almuerzo.

3.8 Entrenamiento

Acercamiento al área de compras, primera semana de observación y aprendizaje, reconocimiento documentario, primer contacto con proveedores, familiarización con el modelo de negocio y responsabilidades del cargo, funciones directamente relacionadas al mismo y forma de ejecutarlas.

3.9 Competencias

Trabajo en equipo con áreas directamente relacionadas, Excel en la liquidación y formulación de informes, trabajo sobre presión y con poco margen de tiempo y error, manejo básico de inglés para contacto con proveedores, proactividad y sentido de pertenencia por la compañía.

3.10 Responsabilidades

En la empresa tenía un sesgo grande información, ya que se omitían los informes, la situación de pagos y demás, mi inclusión es llevar una planificación y un control adecuado de toda la información, teniendo un alto índice de mejora en el momento de esto ya que se cuentan con más países importadores y se exporta a otros de igual manera.

3.11 Deberes

Informes de órdenes de compra

Revisión de mercancías en tránsito

Generación de nuevas órdenes de compra según inventarios

Proyección de pagos a proveedores e impuestos

3.12 Riesgos del Cargo

El principal riesgo es la no estandarización y bajar las compras y ventas de los productos que anteriormente pasaba por la no documentación y la concertación en tiempos de espera y tiempos de entrega.

4. Características de la Práctica

Poner en práctica las teorías y aprendizajes obtenidos a través de los años de estudio, aplicados al sector real , tener un contacto directo e inmediato con la realidad laboral fuera de las teóricas concebidas, cotizaciones de compra con diferentes proveedores a nivel exterior, giros de divisas por medio de intermediarios (Bancos) para pagos a proveedores , diferentes opciones para agentes de carga y aduanas para la compañía, que esta tenga un repertorio amplio y completo de la mejor opción para importar los productos, relación de rentabilidad de los productos , compras internacionales desde diferentes países , liquidación de mercancía con impuestos y rentabilidad para la posterior venta , fortalecimiento en temas de información y generación de informes para superiores donde se visualiza la situación de la compañía , diversificación de líneas de mercado y posteriormente diversificar los ingresos a diferentes productos y no solo el producto líder en un mercado cada vez más competido en precios , buscando alternativas con productos más elaborados donde podamos ofrecer un valor agregado dentro del mercado.

4.1 Justificación

4.1.1 Justificación Teórica

Desde la academia, el plantear esta intervención va servir como un sustento para identificar la importancia desde los negocios internacionales, el tema de las importaciones, específicamente desde China, declarada una de las potencias más grandes en el mundo en estos momentos, pero con influencia de México y el Salvador como aliados estratégicos para el precio derivado del transporte, generar aliados estratégicos en la industria en la cual se encuentran los mugs, que pertenece a (vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica, excepto porcelana), su distribución física ya que el suministro del producto es comprado en el extranjero directamente, hasta que llega a la bodega de la compañía Sublisuministros S.A.S.

4.1.2 Justificación Social

Esta intervención realizada le permitirá tanto a la compañía, como a compañías que comercialicen e importen productos derivados de diferentes países, sus costos y estrategias para que estos salgan en un valor más asequible a la grande, mediana o pequeña empresa, le permitirá a diferentes empresas o compañías, analizar cuál es la mejor vía de adquisición de productos, el transporte y las estrategias para disminuir costos, esto con el objetivo básico de obtener mayor economía y mejores estrategias frente a otras compañías en las compras de productos importados para su portafolio. El beneficio social más amplio se deriva de que entre más productos haya en el mercado, más bajo será el precio de oferta y renta, más producido ingresara desde los diferentes países importadores y a un costo adecuado, por el lado del transporte beneficiara la alianza con países más cercanos a Colombia y disminuirá el costo de los container y por ende las ganancias al vender sus productos será más favorable y tentativa. Identificando el modelo de importación más relevante, económico y sustentable, para realizar este proceso la empresa tendrá una posibilidad de importar artículos a un menor costo, flexibilizando el tiempo y los procesos de suministro.

4.2 Objetivo General

Reconstruir el proceso de importación de la compañía Sublisuministros S.A.S para disminuir costos operacionales.

4.3 Objetivos Específicos

Definir y gestionar estratégicamente una compra.

Gestionar desembolsos del capital de una organización

Analizar el proceso de compra e importación, en la compañía Sublisuministros S.A.S.

Realizar un acercamiento con los proveedores actuales de la compañía Sublisuministros S.A.S.

Plantear un análisis viable sobre la importación de mugs, desde diferentes países comparado con los costos y la calidad de los productos nacionales.

5. Informe Ejecutivo

5.1 Gestión Estratégica de compras

La gestión estratégica de compras es indispensable para la organización ya que no solo se debe hacer un pedido, se deben analizar el stock del inventario, los máximos y mínimos de cada producto y también las temporadas con mayores ventas para estar abastecidos de la mercancía.

5.2 Desembolsos de Capital

Los desembolsos de capital de la compañía deben tener una proyección de pagos adecuada para no faltar con ninguna obligación a los proveedores y no afectar la cadena logística por pagos, se hacen proyecciones de compra y en base a las órdenes de compra se proyectan pagos teniendo en cuenta los tiempos de producción, flete marítimo y aduanas.

Todo lo anterior se hace por medio de intermediarios (Bancos) con la previa negociación de divisas y posterior legalización de las mismas.

5.3 Compras Internacionales

Identificando desde el conocimiento adquirido las ventas de las compañías dependen de dos factores y estos por su eficacia se deriva de:

Interés de los Consumidores, el interés de los individuos en los productos o servicios que ofrece la empresa Subluministros, además de la disposición y posibilidad de los consumidores para comprar los productos de la compañía.

El Poder de Compra cada Año, que tienen las industrias en el mundo es mucho mayor, que en un solo país y más un país como Colombia en el cual las empresas nacionales que sí pagan sus contribuciones y ejecutan sus actividades comerciales en el marco legal, como la

industria Sublisuministros, se ven en la necesidad de reducir el número de sus trabajadores en casos extremo. Pero como factor fundamental el incremento de compra anual significa que mayores ventas significan mayores dividendos, siempre y cuando cada unidad vendida tenga el mismo margen de ganancia como tal.

Entramos en un flagelo muy grande que tiene que ver con la competencia directa, no se puede comprender como empresas tienen en venta artículos de cerámica específicamente los mugs a un precio más bajo que el nuestro, al buscar todas las soluciones y una competencia sana se llega a pensar en que pueden adquirir sus productos por contrabando o tienen muy buenos proveedores que a pesar de la pandemia les siguen enviando material, no se va entrar a juzgar ni mucho menos, pero es un aspecto a tener en cuenta y de eso surgen las ideas de adquirir productos en nuestro continente.

Pero claramente esta que el contrabando es una manera sucia de generar competencia en el sector industrial, como plantea Muñoz, 2015, que menciona que el Estado colombiano, el contrabando ha sido un flagelo que *“ha existido durante décadas, incluso en algunas regiones fronterizas hace parte de la cotidianidad de la población, puesto que se dedican a intercambiar productos con los países vecinos, en ocasiones con el mismo apoyo de las autoridades”* (Muñoz, 2015, p.8).

Al evidenciar todas las falencias relacionadas con el proceso de importación y los altos costos que actualmente se evidenciaban en el transporte de la mercancía, se entablaron unos diálogos con mercados dentro del continente, para mejorar esto, en la administración inmediatamente anterior solamente se contaba con el contacto directo de la industria china.

El incremento del comercio exterior con China aumenta la productividad de Colombia, esto es más que evidente, pero ante la pandemia ejercida por el covid19 a nivel mundial, toco

adecuarse a diferentes alternativas en el mercado de nuestro continente, como base de creación de la riqueza en las importaciones y exportaciones globales de una industria.

Varios estudios señalan que una mayor exposición al comercio internacional, estimulan la competencia en los mercados y además favorece el emprendimiento, generando así incrementos en la productividad (Dessus *et al.*, 1999; Dollar y Kraay, 2004; Frankel *et al.*, 1996).

Debemos entender que negociar con proveedores Chinos es complicado, van muchas décadas en las cuales por sus políticas se alteran las producciones y las normativas para exportar un producto, el tema del narcotráfico y la trata de personas tienen mucho que ver con las rupturas de negocio, las culturas son bastantes diferentes aunque de a poco ellos han tratado de adquirir lineamientos globales para poder realizar importaciones, cuando esto pasa se debe conocer el mercado local con el fin de tener alianzas estratégicas cuando el mercado occidental sufre grandes cambios, esto sirve para abrirse camino a todo el mundo, en especial desde latino américa donde se implementaron diferentes alianzas entre ellas el proveedor más cercano que es el del Salvador.

Gráfico 3 Normativa y Aduanas



Fuente: (Legiscomex, 2020)

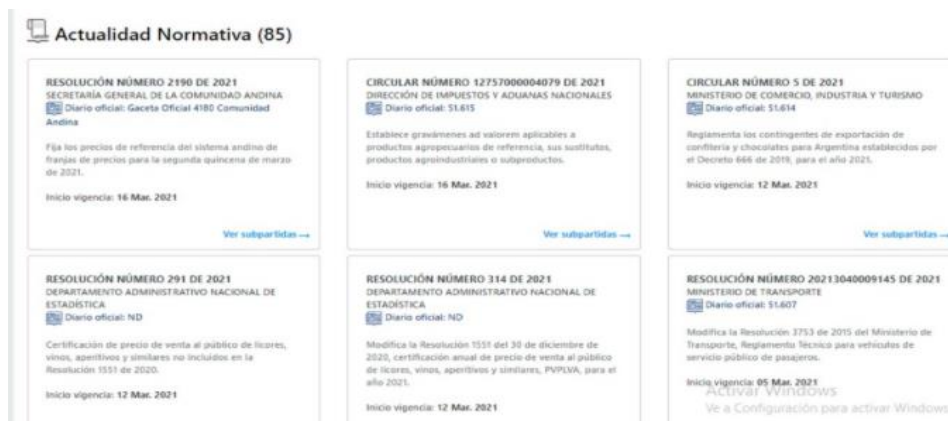
El gráfico representa una de las preocupaciones que se tuvo al iniciar el proceso de práctica, las normativas, el tiempo de demora, el tiempo de distribución y venta de los productos, los tratados y negocios que la compañía tenía vigente con la industria occidental, específicamente con el país de China no contribuyen a la disminución, de los costos, al perder tiempo por las altas demandas de ingreso desde dicho país, perderíamos mucho dinero y muchos clientes que esperan su producto a tiempo y no meses después por ejemplo, la importación de este producto requiere el pago de gravamen (arancel) para ingresar al país, además de este impuesto debemos pagar el transporte del mismo y lo que preocupa es el tiempo de entrega debido a los altos protocolos por la pandemia, de esta manera se implementa la búsqueda exhaustiva de proveedores con precios accesibles dentro del continente americano, esto nos permite mantener los clientes surtidos de producto y mientras llega la mercancía del país occidental se va solventando la demanda con los proveedores de nuestro continente, esta iniciativa tuvo una aceptación por la junta directiva y al día de hoy en comparación con el año anterior en épocas de pandemia los números en la industria mejoraron, no tanto la economía como tal, pero no se está perdiendo clientes y se abrió el mercado con países distintos al occidental.

Gráfico 4 Actualidad Normativa



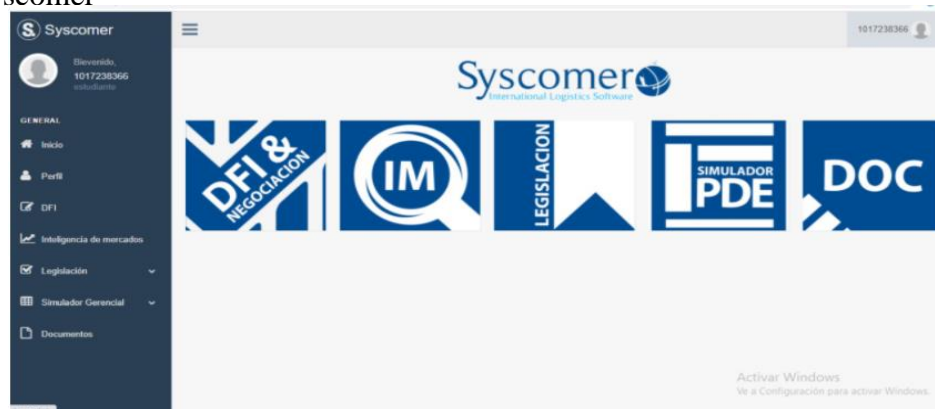
Fuente: (Estrategia aduanera, 2021)

Gráfico 5. Actualidad Normativa



Fuente: (Legiscomex, 2021)

Gráfico 6. Syscomer



Fuente: (Syscomer, 2021)

Inicialmente concretamos dialogo con el mercado de vajillas y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica, excepto porcelana, del país de México, se trabajó y se logró tener el contacto directo de mercancía de alta calidad, pero el costo no es que cumpliera las expectativas. Posteriormente establecí dialogo con el proveedor del Salvador, se inicia en el mes de enero del año, buscando alternativas por el alza de los fletes marítimos de los container, un flete marítimo de un container, estuvo en 2019 alrededor de los 2500 USD (Dólares) y en el periodo del 2020 con la emergencia sanitaria, la carga desde China estuvo parada mucho tiempo y los productos al ingresar al país la aduana los contiene un tiempo prolongado, y cuando

superaron la emergencia sanitaria en el país asiático, comenzaron una producción en masa que no alcanzo a ser evacuada en los buques portacontenedores , por esto empezó a subir las tarifas marítimas hasta alcanzar un máximo de 12.000 USD, sobrepasando la economía de la importación, entonces encontramos que un proveedor que maneja actualmente stock en diferentes países por bodegas , encontramos algunos productos que nos interesaban y empezamos a trabajar importando estos productos desde el Salvador, en este punto la industria se interrogaría ¿Por qué comprar ahora en el salvador? y la respuesta está en que los fletes siempre van a ser más económicos por temas de cercanía en el continente y los tiempos de entrega desde china son aproximados entre 30 a 35 días hábiles y en salvador son de 15 a 20 días hábiles calendario; Así los productos específicos que podemos necesitar con urgencia para nuestros clientes los podríamos tener en nuestra bodega disponible y con alto repertorio en un tiempo más corto.

Gráfico 7. Balance y Proveedores



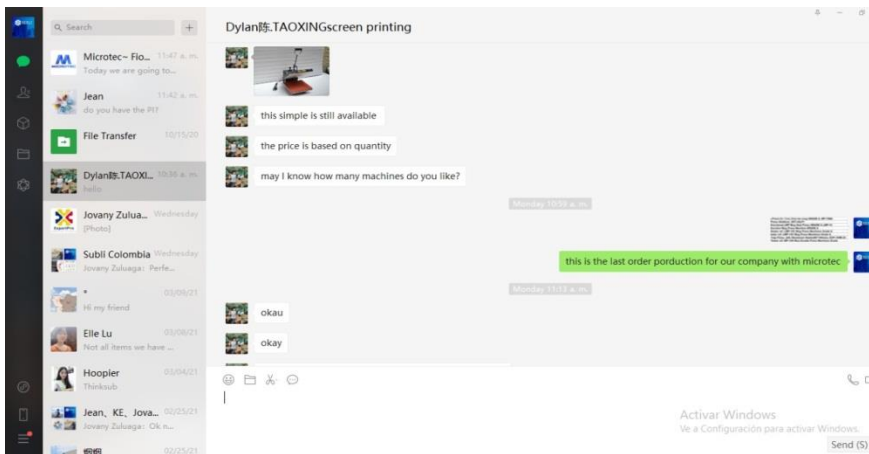
Fuente: (Sublisuministros.com, 2021)

Gráfico 8. Siigo PREMIUM



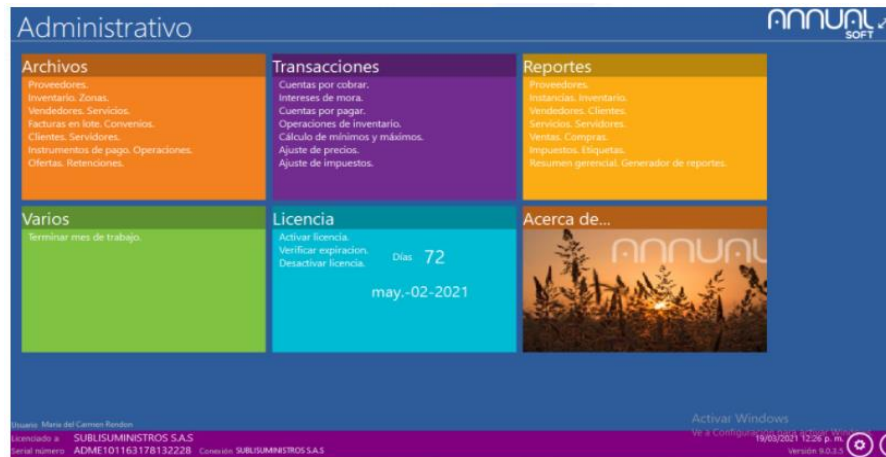
Fuente: (Subluministros.com, 2021)

Gráfico 9. We Chat



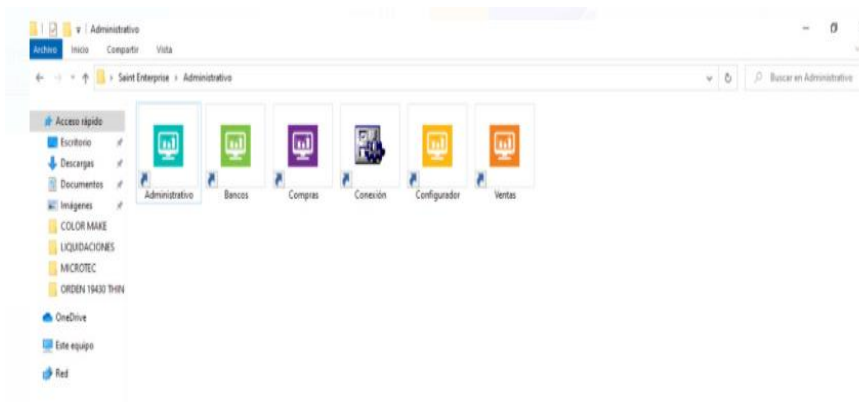
Fuente: (Subluministros.com, 2021)

Gráfico 12. Sistema Operativo de la Compañía



Fuente: (Sublisuministros.com, 2021)

Gráfico 13. Administrativo



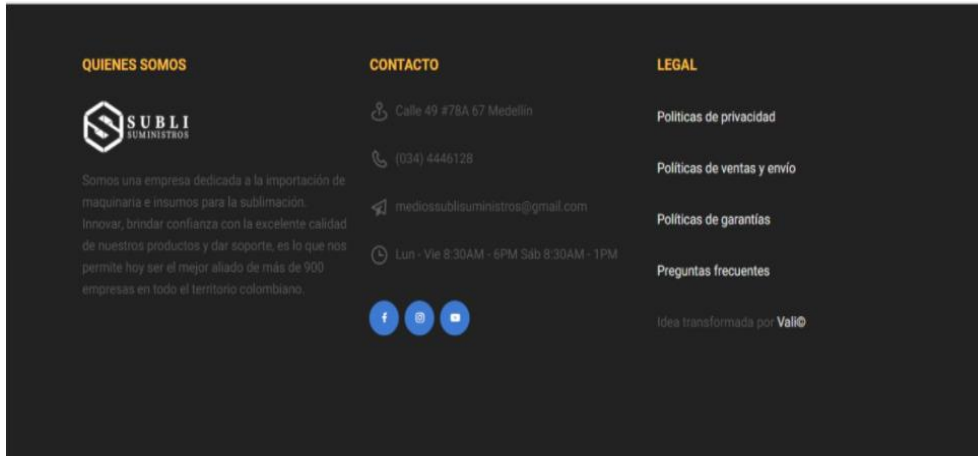
Fuente: (Sublisuministros.com, 2021)

Al observar de forma general el sistema operativo y sus programas derivados se encuentran de forma adecuada, se realizó un rastreo y ordenamiento de información valiosa y de proveedores para facilitar y formalizar el proceso de la empresa, ya que al contar con un buen sistema operativo esto posibilita disminuir tiempos, los sistemas operativos de red, los cuales se están implementando en la industria son aquellos que mantienen a dos o más computadoras unidas a través de algún medio de comunicación, con el objetivo primordial de poder compartir

los diferentes recursos y la información del sistema con los gerentes y empleados que estén trabajando a la par en el sector de las exportaciones.

La empresa cuenta con un sistema operativo Windows, que es desarrollado por Microsoft, para los PC y el más popular en el mercado en la actualidad, una vez desarrollado el sistema operativo, en la actualidad se cuenta en todos nuestros ordenadores con las versiones más recientes y estables, que son mejoras realizadas que corrigen errores o hacen solamente mejoras de su antecesor.

Gráfico 14. Página y Redes Sociales de la Compañía



Fuente: (Sublisuministros.com, 2021)

Gráfico 15. Direccionamiento Estratégico



Fuente: (Sublisuministros.com, 2021)

Gráfico 16. Redes Sociales



Fuente: (Facebook, 2021)

Entramos en un tema de completa complejidad, pero desde las redes sociales la empresa está un poco desactualizada a la exigencia del mercado local, ya que si hablamos de números las empresas aledañas tienen una mejor reputación por sus redes sociales aun sin conocer el producto ofertado. A partir del crecimiento del Marketing Digital en Latinoamérica, este se ha convertido en un aspecto fundamental en el día a día de la sociedad colombiana y es que a pesar de que los colombianos consumen 8 horas más que el resto de consumidores en Latinoamérica, es por eso que Mejía (2011), basado en un informe de Microsoft para Latinoamérica llamado “Travesías del nuevo comprador”, en el cual describe todos los procesos de ventas que se generan mediante las redes sociales, esto es un aspecto que se debe replantear la empresa Sublisuministros, para afianzar aún más su presencia en el mercado de cerámica.

5.4 Propuesta De Valor Para La Compañía

5.4.1 Plan de Intervención

En relación con los objetivos específicos y la intervención es correcto plantear que tienen una relación directa y fundamentan el alcance del objetivo general, se plantean los siguientes sucesos que dieron validez y credibilidad a la intervención realizada que derivó en el logro de los objetivos, estos son:

Identificar el **Portafolio de Proveedores**, como momento inicial, donde se evidenció que se trabajaba con un solo proveedor, este era el proveedor asiático, se realizó el estudio de mercado previo, y se concretaron otras posibilidades con proveedores que tenían un precio más bajo con una calidad aceptable para el mercado local, como el proveedor mexicano y el del Salvador, ahora tenemos 4 proveedores donde a cada uno se le compra lo que es rentable para la empresa.

Ampliar el **Portafolio de Agentes de Carga y Aduanas**, anteriormente se trabajaba con los mismos entes, sin tener posibilidades de elegir la más competitiva y eficaz para los objetivos de la compañía, ahora la gerencia puede escoger entre el catálogo de proveedores, mercancía, calidad y tiempo, la mejor opción para la compañía entre 4 agentes de carga y 2 agentes de aduanas elija según la economía, rentabilidad que ofrezca cada uno en el momento del negocio.

Acercamiento y familiarización con los proveedores donde se afianza la relación comercial, con la finalidad de obtener más información del mercado y sus movimientos, estar enterados de las novedades con las compañías que hacen la producción y puedan ser reguladas por el gobierno (hace 2 meses el gobierno chino les obligó a cerrar a las fábricas de aluminio por la contaminación que generaban, ahora los tienen trabajando al 70% de la producción).

Grafico 17. Planeación Estratégica



Fuente: (Planificación estratégica, 2018)

El plan de intervención se fundamentó en estrategias básicas como inicialmente el diagnóstico, basado en los criterios de la empresa y las exigencias del proceso de práctica se hizo una observación exhaustiva de la empresa en todo sentido, desde sus instalaciones, sus ventas, hasta su sistema operativo como tal.

Pasamos a la valoración desde nuestro saber y se concreta que se observan muchas falencias o acciones que pueden mejorar y se pasa a programar una propuesta factible y bien argumentada al comité ejecutivo sobre las falencias y las dificultades que se identificó en el proceso de diagnóstico, donde las directivas aprueban nuestra intervención con una confianza total.

Procedemos a ejecutar nuestro plan de intervención que se fundamentó principalmente en la economía de la empresa y la no pérdida de clientes potenciales que es un aspecto muy importante, se eleva el precio de intervención sobre los proveedores y se concreta el negocio con el Salvador y México para mantener los clientes y posterior a esto llega la producción directa desde china, lo cual incremento nuestro repertorio y se estabilizo el sector económico.

Finalmente se evaluó el proceso de choque frente a una pandemia y un mercado en nuestro continente, incrementando proveedores, incrementando aliados y generando alternativas frente a una situación de salud que nadie se esperaba, el proceso de transporte, el proceso de rapidez de entrega de mercancía jugó un papel clave con el mercado de México y el Salvador para el tiempo de entrega y la mercancía proveniente de China llegó tiempo después como mercancía que se va a tener de reserva y entregas inmediatas, lo que tiene a la industria más estable económicamente y con un repertorio de proveedores más amplio desde que se comienza la intervención.

5.4.2 Sistema de Proveedores Actualizado

Se plantea manejar un sistema de proveedores actualizado, en el cual la principal función va ser organizar los precios de la mercancía en las diferentes épocas del año, el precio del transporte de la mercancía y los agentes de aduanas.

Cuando hablamos de tener estos proveedores debemos concretar que estos mismos deben tener como criterio principal, la venta de productos de excelente calidad como la industria se ha caracterizado, estos criterios son la calidad, el servicio, el precio y los planes de pago en la época en la que estamos pasando.

La finalidad de dicha propuesta será que la compañía mantenga una correcta administración de las importaciones que recibe de los diferentes países, mantenga un precio competitivo en el mercado, una ágil entrega de mercancía y conserve su calidad en el producto.

Gráfico 18. Socios y Proveedores Claves



Fuente: (Modelo Canvas, 2013)

6. Aportes a Mí Formación Personal

Desde que tengo uso de la razón, desde mis primeros acercamientos con la sociedad y con mi núcleo familiar, he podido observar, en mi hogar, una familia donde prima el amor, la tolerancia, el respeto, la responsabilidad y los buenos modales. Cuento con una gran fortuna ya que mis padres como personas principales de mi crianza y mi formación son personas impecables, tanto mi padre un comerciante, el cual siempre ha buscado la manera de salir adelante y mostrarme desde su figura el ganarse de manera correcta y lícita la vida, por el lado de mi madre, ella es una docente académica, que me ha enseñado desde los más básicos modales hasta los más refinados valores siempre teniendo un pensamiento crítico, pero nunca pasando por encima de nadie.

Basado en el apartado anterior, estos principios me han ayudado a formarme como una persona íntegra desde el ser, desde la interioridad, con excelentes principios morales y éticos, que me permiten tener pensamientos objetivos frente a situaciones que se presentan tanto en la vida cotidiana como en el sector real de prácticas donde me desenvuelvo y pensamientos subjetivos para entender a las personas y sus vivencias.

Ahora estando próximo a culminar mi etapa de aprendizaje profesional, conservo aquellos valores y principios que siempre me han inculcado desde mi hogar, sobreponiendo siempre ser una buena persona y desde mis saberes específicos buscar ayudar a los demás.

7. Aportes a Mí Formación Profesional

Desde el ámbito profesional, iniciando con mi primaria y bachillerato se entra a un mundo totalmente distinto, se conocen amistades con otras perspectivas de la vida, se conocen docentes que inculcan temas éticos que probablemente la familia desconoce, se inicia una vida totalmente distinta desde que se empieza a educar a la persona como tal, desde la academia.

Ahora desde el tiempo que frecuente la universidad como ahora que desarrollo mi práctica profesional he adquirido capacidades necesarias para el mercado laboral tales como el trabajo en equipo, compromiso con la consecución de objetivos, la puntualidad y el trabajo bajo presión, buscando cada día aprender e interiorizar más en este mundo de conocimientos que son los negocios internacionales, aprovechando al máximo la cercanía con grandes personas del gremio y generando valor desde mis estudios previos tales como la optimización de los procesos dentro de la compañía Sublisuministros, que me ha dado la oportunidad de desarrollar mis prácticas profesionales en sus instalaciones y modelo de negocios.

8. Conclusiones

Las importaciones desde china se han visto muy afectadas con la pandemia, los fletes han tenido un crecimiento de cerca del 300% afectando la operación logística de mercancías y encareciendo la misma.

Una buena alternativa para la situación actual es buscar en mercados más cercanos los mismos productos o productos sustitutos que permitan obtener un precio más competitivo para el mercado local.

Las practicas nos acercan al sector real de manera que podamos utilizar todas las herramientas y teorías aprendidas a lo largo de la academia para la consecución de objetivos corporativos de las compañías.

Las proyecciones de compras y pagos son de vital importancia dentro de las organizaciones ya que de esto jugarse la operación de la misma, son aprendizajes significativos y enriquecedores para mi vida profesional.

El trabajo en equipo siempre debe ser el pilar de toda compañía, las áreas están directamente conectadas para lograr un correcto funcionamiento de toda la empresa y buscar estrategias adecuadas para lograr los objetivos trazados.

9. Recomendaciones

Mayor comunicación entre las diferentes áreas de la compañía para lograr un trabajo más eficaz y eficiente.

Mayor sentido de pertenencia tanto de los empleados como de los empleadores, mayor empatía y mejorar el trabajo en equipo donde cada persona busque el beneficio colectivo y se ayuden mutuamente en las diferentes labores así no sean las designadas del cargo.

Mejorar el acompañamiento del docente asesor, teniendo en cuenta la problemática actual y el trabajo a distancia es entendible, pero deben acompañar más el proceso del practicante para que los resultados sean los esperados.

Desde la coordinación de prácticas se podría buscar compañías que generen mayor valor agregado a la experiencia del estudiante y no solo cumplir con algunas tareas designadas para el practicante, que el estudiante pueda convivir con diferentes contextos y escenarios que posiblemente encontrara en su vida profesional.

Para el programa me parece que pueden enfocarse más al uso de herramientas electrónicas e informáticas para que el egresado logre un nivel de manejo de herramientas ofimáticas que pueda ayudarlo a desempeñarse de manera más ágil, eficaz y eficiente en las diferentes organizaciones en las que pueda laborar.

10. Referencias

- Acuña, , B., & Nonell, T. (15 de diciembre de 2015). *La Diplomacia Cultural en los Negocios Internacionales*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/927/92740054011.pdf>.
- David, F. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. (P. Educación, Ed.) Obtenido de <https://maliaoceano.files.wordpress.com/2017/03/libro-fred-david-9a-edicion-con-estrategica-fred-david.pdf>.
- Legiscomex. (26 de Junio de 2020). *Capacitación base de datos*. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=hUqEViOM_4k&ab_channel=UniversidadCooperativadeColombia-CampusCali.
- Ministerio de Comercio, Industria Turismo. (27 de Octubre de 2005). *Resolución 0608 de 2005*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/7e74c1d7-a344-483e-b3e6-f3886e6b040a/Resolucion-0608-del-27-de-octubre-de-2005-Por-la-c.aspx>.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (19 de Noviembre de 2004). *Resolución 2647 de 2004*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/f6a7f3d7-7131-4711-b095-eb403d1f0571/Resolucion-2647-del-19-de-noviembre-de-2004-Por-la.aspx>.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (17 de Septiembre de 2010). *Resolución 0429 de 2010*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/eb775b7c-eb44-4f9b-90ee-16cf55eff026/Resolucion-429-del-17-de-septiembre-de-2010-Por-la.aspx>.
- Rodríguez , A. (Septiembre de 2007). *Impacto de la Cultura en los Negocios Internacionales*. Obtenido de <http://helmanquesada.com/wp-content/uploads/2017/10/IMPACTO-DE-LA-CULTURA-EN-LOS-NEG-INT-22-156-228.pdf>.

Sublisuministros. (2020). *Misión, Visión, Valores Corporativos, Principios, Seguridad y Salud Ocupacional, ambiental, Calidad y Servicio*. Obtenido de <https://sublisuministros.com/>.

Sublisuministros.com. (2020). *Logo*. Obtenido de <https://sublisuministros.com/>.

Syscomer . (2020). *Plataforma Syscomer Material Soporte*. Obtenido de <https://syscomer.wordpress.com/plataforma-syscomer/>.

Dessus, S., Fukasaku, K., Safadi, R. (1999). Multilateral Tariff Liberalisation and the Developing Countries, *OECD Development Centre Policy Brief N° 18*. Paris, Francia: OECD.

Dollar, D., Kraay, A. (February 2004). Trade, growth, and poverty. *The Economic Journal*, 114, pp. F22-F49.

Crasta, G. (Junio de 2008). *Los mayores 20 fabricantes mundiales de cerámica*. Recuperado el 20 de Julio de 2013, de http://www.todoconstruccion.com/reportajes/reportajes_ampl.php?id=26

Gallo, P. (2011). China: todo un mundo de oportunidades comerciales para Colombia. *Lupa Empresarial N° 13*, 48 - 54.

Mejia, A. (2018). Estadísticas De Internet En Colombia | Marketing Digital. [online] Available at: <http://www.elcolombiano.com/blogs/marketingdigital/tag/estadisticas-de-internet-en-colombia> [Accessed 21 Jan. 2018]. • Arrieta, G. V. (2017). Marketing Digital y su poder en la comunicación, 1–12. Universidad Santo Tomás.

Uribe, J. (2010). El comercio exterior de Colombia con China. *Revista del Banco de la República*, 83 (995), 1-13.

Gómez, N. (2017). *Inversiones chinas en Colombia: ¿Cómo van los proyectos con participación china en el país?*. Bogotá, Colombia: Asociación Ambiente y Sociedad.

Kamman, D. and Bakker, E. (2004). Changing supplier selection and relationship practices: A contagion process. *Journal of Purchasing & Supply Management*, 10, 55-64.

Vijay, R. (2006). Buyer-supplier relationships: The impact of supplier selection and buyer-supplier engagement on relationship and firm performance. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 36 (10), 755-775.

Jae-Eun, C. and Brenda, S. (2008). Japanese retail– buyer–supplier relationships: Does performance matter? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 20 (1), 55-75.

Araz, C. and Ozkarahan, I. (2007). Supplier evaluation and management system for strategic sourcing based on a new multicriteria sorting procedure. *International Journal of Production Economics*, 1, 585-606.

Pardo, G. (2009). *Tributación aduanera*. Bogotá: Legis.

Presidencia de la República. (2011). Decreto 4927 “Por el cual se adopta el Arancel de Aduanas y otras disposiciones”. *Diario Oficial* 48.297. Bogotá: Imprenta Nacional.

Presidencia de la República. (2016). Decreto 390 “Por el cual se establece la regulación aduanera”. *Diario Oficial* 49808. Bogotá: Imprenta Nacional.

Estrade, N. J. M., Jordán, S. D., & Hernández, D. M. Á. (2013). *Marketing digital: marketing móvil, seo y analítica web*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com.sibulgem.unilibre.edu.co>

11. Anexos

Anexo 1. Instalaciones







Anexo 2. Bodega y Enceres







Anexo 3. Importaciones Recibidas





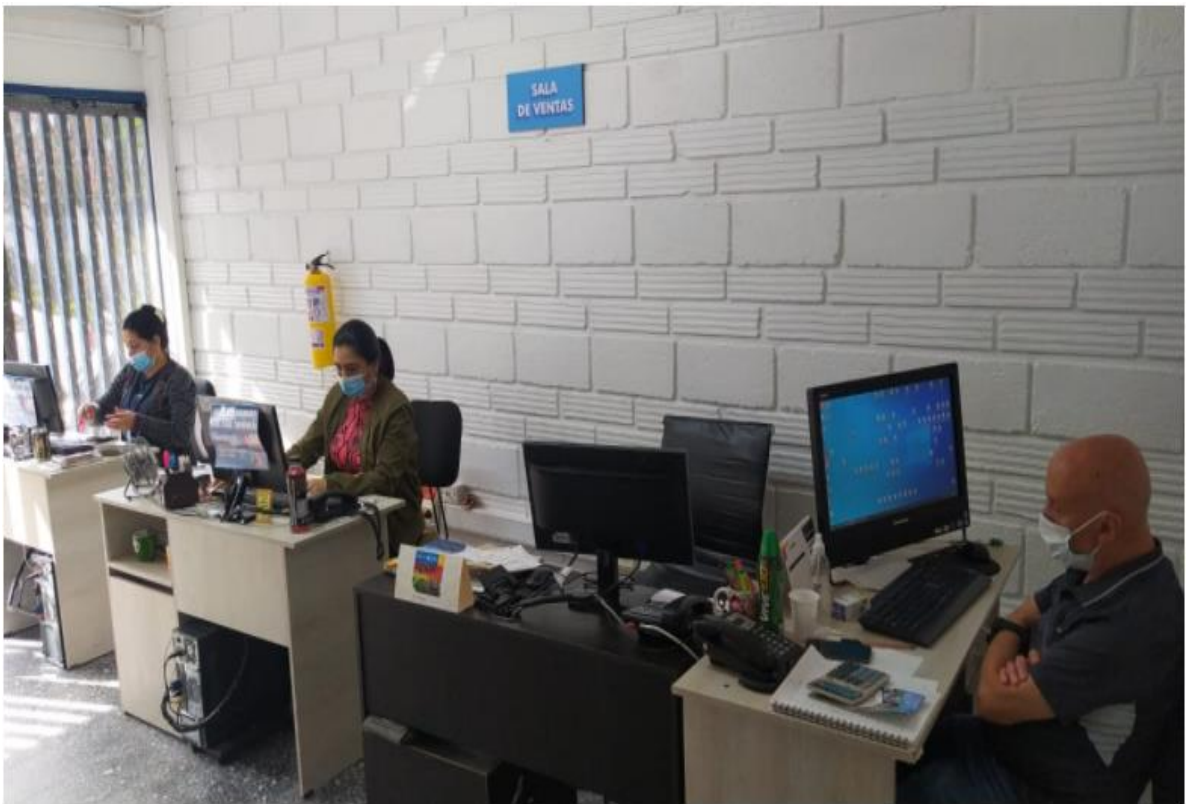




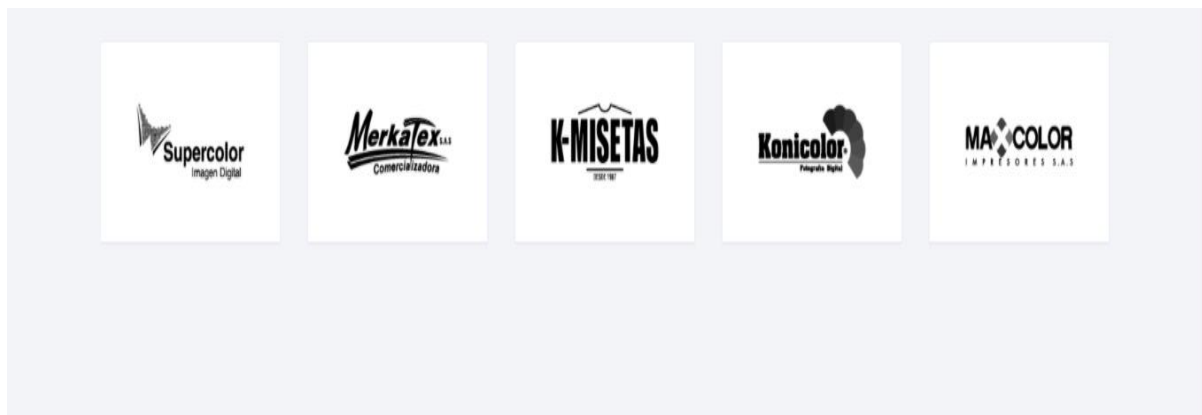
Anexo 4. Fachada y Empleados







Anexo 5. Aliados Estratégicos



Anexo 6. Aliado 1: Empresa K-MISETAS

SERVICIOS

Contamos con una planta de producción bien estructurada donde trabajamos en equipo, con responsabilidad y poniendo en práctica la experiencia de más de 25 años para responder siempre a las exigencias de nuestros clientes.



Estampación serigráfica

Es una de las técnicas de estampación más importantes y depuradas. El proceso consiste en transferir tintas a través de una malla o pantalla tensada en un marco. Se utilizan diferentes tipos de tinta como plastisol, textil y corrosivo. Cuantos más colores hay en un diseño, más vistosidad y más se encarece el producto final.




Sublimación

Es una técnica en la cual se transfiere el diseño impreso en la superficie del sustrato real (tela 85-100% poliéster). Tiene un excelente acabado y conserva cada uno de los colores, degradados, efectos originales del diseño o imágenes.




Confección

Desarrollamos moldería, corte y confección de diseños especiales para su empresa o evento, donde tendrán total acompañamiento para la elección de telas, diseños, colores y la técnica más apta para la aplicación de los logos.



Bordados

El servicio de bordado es digital, con su diseño en cualquier programa vectorial o foto de alta resolución obtenemos un bordado sin límite de colores, conservando las características del diseño original.



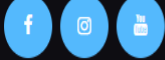
Vinilo textil

Técnica de estampación en la cual se emplea una capa muy fina de vinilo de gran resistencia y durabilidad, capaz de soportar lavados sin que se deteriore. Hay una amplia variedad de acabados y colores que se pueden aplicar en fibras de algodón o sintéticas. Ideal para personalizar prendas, para los uniformes de trabajo o para equipaciones deportivas.



Anexo 7. Aliado 2: Konicolor



Categorías	Contáctanos	Síguenos
<ul style="list-style-type: none"> Photobooks Impresión Fotográfica Cuadros Álbumes Foto Regalos 	<p>Llámanos: 311 6042225</p> <p>konicolordigitalred@gmail.com</p> <p>Laboratorio Los Cambulos</p> <p>Carrera 49 # 52-170</p> <p>Edificio Los Cábmulos, tercer piso</p> <p>Junín con Maracaibo</p>	

Idea Transformada Por VALI © 2021



Konicolor

Photobooks Impresión Fotos Cuadros Álbumes Foto Regalos

¡OFERTAS!

CONSERVA TUS RECUERDOS

100 FOTOS
\$64.900

< TAMAÑO 10 X 15 CM
¡ENVÍO GRATIS!

COMPRAR

A banner for Konicolor featuring a purple and pink gradient background on the left with promotional text and a yellow 'COMPRAR' button. On the right, a hand holds several printed photographs of various scenes, including a waterfall and a house.

Anexo 8. Aliado 3: Maxcolor



MAXCOLOR
IMPRESORES S.A.S

Crea, **Imprime**
y hazlo **Realidad**

A promotional image for Maxcolor showing a man in a dark jacket working at a desk in a print shop. The background is dimly lit with blue and purple tones. The company logo and slogan are overlaid in the center.

MAX COLOR es un centro de impresión que te brinda soluciones de alta resolución y calidad, donde podrás encontrar:



Impresoras de última tecnología

Contamos con equipos modernos que garantizan el 90% de fidelidad en color.

Diseñadores gráficos en servicio al cliente

Expertos con el conocimiento técnico para la producción de las artes gráficas.

Los mejores precios del mercado

Contamos con una excelente calidad de impresión, a un precio bastante razonable.

Impresos amigables con el medio ambiente

Evitamos los desperdicios ya que producimos lo que necesitas: Desde una hasta miles de impresiones.

Chat V

Anexo 9. Aliado 4: Supercolor

**TÚ IMAGÍNALO,
NOSOTROS LO HACEMOS
REALIDAD**

COTIZAR



+



Supercolor®
Imagen Digital

PEREIRA

- 📍 Cra 5 N° 25-37, (Centro)
- ☎ +57 310 423 4046
- ☎ +57 310 549 4923
- 📞 (3) 34 70 49 / (3)24 32 61
- ✉ info@supercolor.com.co

MANIZALES

- 📍 Cra 23 A 58 - 31, (Barrio la Estrella)
- ☎ +57 312 286 0585
- 📞 (8) 85-53-15
- ✉ info@supercolor.com.co

ACCESOS RÁPIDO

- Cotizar
- Diseña tu idea
- Tienda
- Experiencia

LINKS DE INTERÉS

- Condiciones de envío
- Pagos
- Condiciones legales
- Autorización de datos personales
- Políticas de tratamiento para la protección de datos personales

BLOG

Anexo 10. Aliado 5: Merkatex



Fabricando gorras en Medellín **desde 2007** .



Somos una empresa que se dedica al diseño, producción y comercialización de gorras en Medellín desde 2007, adicionalmente comercializamos gorras importadas. Nos caracteriza la variedad y originalidad de cada uno de nuestros diseños, además de la calidad de todos nuestros productos.

Ofrecemos envíos nacionales, en caso de que estés buscando fábrica de gorras en Bogotá, no te preocupes, podrás acceder a nuestra tienda virtual, conocer nuestros diseños y comunicarte con nosotros para realizar tu pedido. Te ofrecemos servicio de gorras personalizadas para ventas unitarias o ventas al por mayor en Medellín y demás ciudades del país.

Estamos siempre dispuestos a brindarte la asesoría que necesites, sea para el diseño de gorras personalizadas, o para la elección de la cachucha que mejor se adapte a tu estilo y necesidades. Contamos con una fábrica de gorras en Medellín, donde también se ubica nuestra tienda física, allí encontrarás la cachucha que está esperando por ti.

[Ver más](#)