

Prácticas empresariales MCM Trading y plan de mejora

Miguel Santiago Gómez Jiménez

Asesor

Yasmin Alexandra Vásquez Suárez



Universidad Católica Luis Amigó

Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables

Negocios internacionales

2021-01

Tabla de contenido

Introducción	3
1. Antecedentes	5
2. Empresa objeto de la práctica	7
2.1. Objeto social	7
2.2. Misión	7
2.3. Visión	7
2.4. Valores corporativos	8
2.5. Objetivos estratégicos	9
2.6. Rol comercial	9
3. Agencia objeto de la practica	10
3.1. Cargo desempeñado	10
3.2. Perfil del cargo	10
3.3. Objetivo del cargo	11
3.4. Funciones realizadas	11
3.5. Insumos utilizados en el desarrollo de la practica	12
3.6. Relación con otros cargos	12
3.7. Herramientas y equipos para la ejecución del cargo	13
3.8. Condiciones de trabajo	13
3.9. Entrenamiento	15
3.10. Competencias	17
3.11. Responsabilidades	19
4. Características de la practica	20
4.1. Justificación	20
4.2. Objetivo general	21
4.3. Objetivos específicos	21
5. Informe ejecutivo	22
Plan de mejora y practicas	29
6. Aportes a mi formación personal	32
7. Aportes a mi formación profesional	34
8. Conclusiones	36
9. Recomendaciones	37
10. Referencias	38

Introducción

A lo largo de los años el comercio internacional ha ido cambiando y creciendo exponencialmente, la creciente globalización nos ha permitido a todos el acceso a diferentes productos de todo el mundo ha permitido a las diferentes organizaciones expandirse y llevar a su capacidad productiva, así como sus insumos y artículos a cada rincón del planeta tierra con muy contadas excepciones.

Este ha sido el caso de nuestro país, el cual desde que abrió las puertas al comercio internacional a principio de los 90 no ha dejado de crecer, las diferentes empresas se han ido fortaleciendo y además han aparecido cientos de nuevas firmas afines al comercio y los negocios internacionales, compañías dedicadas a proveer no solo a las personas si no a otras empresas de productos que por sus características solo pueden ser adquiridos en el extranjero.

Este es el claro ejemplo de MCM trading, que hace con el fin de solventar esta constante necesidad de adquirir nuevos insumos, productos, materias primas y hasta servicios que necesitan las diferentes universidades para desarrollar sus proyectos de investigación, particulares y principalmente compañías referentes a la industria en nuestro país que en muchos casos han ido creciendo hasta tal punto que constantemente necesitan de máquinas, instrumentos y repuestos no de una, sino de decenas de empresas en el mundo.

Este aumento en el comercio ha hecho a los negocios internacionales una buena opción a elegir para desarrollar una carrera universitaria, si bien el comercio se ha visto gravemente afectado por la pandemia reciente, los insumos y materias primas no dejan de moverse, el comercio no para nunca, siempre se está necesitando de nuevas y mejores cosas por lo que los negocios son algo que no tendrán un final cercano a la vista.

Para organización dedicada a importación de mercancía, repuestos, maquinaria, reactivos, etc. El desarrollar una buena base de datos en la que se identifiquen a las principales marcas de productos y los proveedores que poseen, fabrican, venden como también comercializan estos elementos es sumamente importante, la gran mayoría se encuentra fuera de nuestro país, por lo que saber en qué continente, nación y ciudad se encuentra un proveedor es importante para poder realizar negocios.

Esta es la idea del presente informe, dar a conocer lo que es MCM trading, lo que representa y valioso aporte para las diferentes compañías del país, así como también tomando como base a su experiencia comercial en los últimos años, desarrollar una base de datos de los distintos proveedores de productos en el mundo con los cuales se hacen negocios, el tiempo es clave a la hora de hacer negocios, por lo que esta base de datos permitirá ahorrar tiempo crucial y muy necesario a la hora de adquirir y vender a nuevos clientes y empresas nacionales.

1. Antecedentes

MCM trading fue fundada en el año 2013 pensando en solucionar el problema de muchas empresas que no tenían un departamento o proceso de comercio exterior que requerían para su funcionamiento de diferentes productos u objetos especializados, por lo que MCM surge como la solución a este problema, encontrar estos productos que no eran del día a día para estas empresas y hacerles esta parte del proceso, es decir la importación de estos productos que estaban necesitando y que generalmente eran grandes proyectos muy desgastantes.

Según (Vargas, 2021) desde el principio se empieza con clientes como Sofasa Renault, Universidad EAFIT, entre algunos otros. A medida que pasaba el tiempo se buscó crecer y diversificar por lo que para la búsqueda de nuevos clientes se salió de Medellín para darse en el resto del país, siendo la ciudad Cali fundamental para la expansión de MCM. Para este tiempo la empresa se empezó a especializar en el suministro de productos y asesoría en proyectos para las diferentes universidades como la universidad de Medellín o la Universidad Icesi.

Al no contar con un volumen de operaciones significativo se tenía poco número de personal, inicialmente 3 o 4 personas, que luego se pasó a 7 y hasta las 15 personas que son actualmente.

Para sus primeros años, se trabajaba con practicantes quienes eran los encargados de realizar todo el proceso de comercio exterior, desde la búsqueda del producto hasta la entrega y facturación al cliente, siendo Natalia Mejía la encargada del Área comercial, una vez se empieza a dar un mayor crecimiento se pasa de contratar practicantes a contratar profesionales, dando como resultado que la empresa creciera enormemente.

Para el año 2017 MCM tuvo una separación en cuanto a sus socios iniciales quedando solo a nombre de Natalia Mejía, además de que se buscó de igual manera ampliar la gama de mercado

objetivo, ya no se buscaba trabajar solo con universidades o ensambladoras, sino también trabajar con las diferentes empresas de la industria del país, en este año también se empieza a trabajar por procesos (Pricing, operaciones y logística, proceso comercial, proceso financiero) donde cada integrante se especializaba en su actividad determinada, dándole mayor organización y dinamismo a la empresa.

Actualmente MCM es una empresa que se encuentra en crecimiento, que posee una amplia gama de clientes principalmente nacionales, pero también algunos internacionales que acuden buscando nuestros servicios para la adquisición de diferentes bienes y productos del extranjero.

2. Empresa objeto de la práctica

2.1.Objeto social

Somos una compañía que tiene como objetivo satisfacer las necesidades de los clientes en forma eficiente y oportuna, brindándoles el mejor servicio personalizado.

Prestamos un servicio integral, confiable y flexible en la adquisición y comercialización de productos y servicios a nivel internacional.

Somos aliados estratégicos para su empresa. En cada proceso se pretende lograr ahorro, mejor tiempo de entrega y una logística organizada para la satisfacción y cumplimiento a cada uno de nuestros clientes. (MCM Trading, s.f.)

2.2.Misión

MCM Trading S.A.S. satisface, de manera eficiente, oportuna y confiable, las necesidades de nuestros clientes en materia de adquisición y comercialización de productos y servicios a nivel internacional. Trabajando con honestidad y eficacia, buscando el mejoramiento continuo de los procesos y productos; brindando un servicio en equilibrio con nuestros clientes, empleados, accionistas, proveedores y comunidad en general.

2.3.Visión

En el 2024 MCM Trading estará entre las diez empresas líderes en su gremio dentro de Colombia, y tendrá operaciones en, al menos, 20 países. Para entonces contará también con una amplia red de alianzas internacionales, que le permitirá brindar a sus clientes cada vez mejores opciones. (MCM Trading, s.f.)

2.4.Valores corporativos

- Proactividad: Nos anticipamos a las necesidades manifiestas de nuestros clientes, proveedores y demás grupos de interés de la Compañía.
- Asertividad: Somos claros y precisos en la comunicación y en el actuar.
- Confidencialidad: Guardamos con celo la información privada de nuestros clientes, proveedores y demás grupos de interés de la Compañía.
- Oportunidad: Cumplimos nuestros compromisos siempre dentro de los plazos pactados.
- Confiabilidad: Entregamos siempre lo prometido, cumpliendo con los parámetros establecidos en la negociación.
- Eficiencia: Trabajamos siempre en procura de optimizar costos y tiempos, de evitar reprocesos, y de maximizar la utilidad.

2.5.Objetivos estratégicos

Asegurar el crecimiento continuo de la empresa, mediante la consecución de nuevos clientes, mantenimiento y desarrollo de clientes actuales, asegurando el MBC esperado por la organización.

2.6.Rol comercial

Asegurar las ventas mensuales de la empresa.

Alcance:

Inicia con las acciones realizadas para conseguir clientes y finaliza con las actividades ejecutadas para mantener los clientes. (Gómez, 2020)

3. Agencia objeto de la practica



3.1. Cargo desempeñado

Cargo de Pricing

3.2. Perfil del cargo

EL cargo de pricing es sumamente fundamental para la empresa, pues si bien no se tiene un contacto directo con el cliente final al cual se le cotiza, si es el área donde se tiene un contacto con los diferentes proveedores, si en esta área se realiza algo de forma errónea, esto representara pérdidas directas para la empresa, pues es de esta área se basan las demás para su funcionamiento.

Por consiguiente, este cargo debe ser ocupado por alguien que no se estrese fácilmente, que desarrolle una forma de manejar la presión, pues llegan momentos en los que se tiene mucho trabajo, aparte de que las cotizaciones deben ser enviadas con un tiempo límite que no se debe sobrepasar salvo casos excepcionales, es así como alguien que desarrolle esta gestión de Pricing, debe estar abierto siempre a nuevas ideas, ser muy atento para no dejar pasar el más mínimo detalle por delante ya que cada detalle pasado por alto se ve reflejado en pérdidas.

Cada integrante Pricing debe ser intrépido, saber salir de apuros y tener un hambre enorme de conocimiento, de querer aprender cosas nuevas, pues todos los días llegan requerimientos o productos de los cuales posiblemente el encargado de cotizar no sabrá nada, pero deberá investigar más a fondo sobre cada producto si realmente quiere sacar adelante cada cotización.

3.3.Objetivo del cargo

Dar respuesta a los clientes internos con la solicitud de cotizaciones en el tiempo requerido, asegurando la viabilidad de precios y requerimientos.

3.4.Funciones realizadas

- Planear atención de respuesta a las cotizaciones
- Analizar solicitud de cotizaciones
- Identificar posibles proveedores
- Seleccionar proveedor
- Presupuestar costos de operación
- Generar carpeta para la solicitud
- Si el valor de la cotización supera los 3000USD, revisar cotización con el director comercial
- Compartir cotización
- Registrar información de la cotización
- Verificar plazo de cotizaciones
- Revisar cumplimiento de normatividad
- Gestionar informes
- Presentar informes

3.5.Insumos utilizados en el desarrollo de la practica

La empresa directamente me dio un equipo de computación con varias pantallas para poder realizar mi labor, por el alto flujo de pestañas de búsqueda que se necesitan para realizar la labor de Pricing de forma efectiva, fue necesario que me otorgaran un buen equipo de cómputo.

De igual forma se me otorgo un lugar junto a mis compañeros de Pricing, somos 4 en total, de forma que pudiera haber una comunicación constante con mis tutores más experimentados.

Dos compañeros o tutores que continuamente supervisan mi trabajo para velar por que si lo realice correctamente.

Se tiene también un área social o común en donde se desayuna y almuerza, una cocina para almacenar alimentos.

Se me provee de equipos de desinfecciones, guantes desechables, tapabocas y alcohol, así como de gel antibacterial.

3.6.Relación con otros cargos

Inicia con la realización de la solicitud de cotización enviada por Asesor Comercial, y finaliza con la entrega de la cotización al Asesor Comercial para compartir con el cliente.

3.7.Herramientas y equipos para la ejecución del cargo

- Escritorio
- 2 computadores
- Silla de escritorio
- Software interno de la empresa
- Microsoft office

3.8.Condiciones de trabajo

Antes de ingresar en MCM trading, ya había trabajado para otra empresa, algo más informal, pero que aun así tenía que convivir y trabajar directamente con muchas más personas. Teniendo ya esta experiencia puedo decir directamente que el ambiente de trabajo es excelente.

Cada área de la empresa está relacionada directamente con la otra, por lo que constantemente se tiene una conexión directa con cada integrante de la organización. Desde que ingrese he visto el respeto mutuo entre todos los miembros, hay un ambiente de compañerismo, pues todos se ayudan entre sí para las diferentes funciones, obviamente cada persona está especializada en su área de trabajo especial asignada, no obstante siempre están dispuestos a colaborar cuando pueden con cualquier duda o cualquier pregunta que surge.

Para mi caso, debo tener un contacto muy estrecho con área comercial, que es quien tiene el contacto directo con el cliente, y son ellos quienes me guían para encontrar lo que el cliente nos pide, además si necesito alguna información adicional para cotizar algo, se lo comunico y lo hablo directamente con ellos; son ellos quienes me dan retroalimentación de las cotizaciones que realizo y quienes dan el visto bueno a mi labor.

Por otra parte, está el área de logística, que son quienes con la información de la cotización que realizo, la toman y proceden a contactar al proveedor que elegí en la cotización, lo contactan y gestionan la compra del producto en base a los parámetros que fijé previamente, parámetros tales como precio, tiempo de entrega, costo del transporte internacional, nomenclatura arancelaria de algún producto, vistos buenos, etc. Se debe estar en contacto con ellos ya que en ocasiones hay que guiarlos para que realicen la compra y el contacto con el proveedor de forma correcta.

Con al área financiera de igual forma se tiene contacto, principalmente para solicitar información de compras hechas con anterioridad a algún proveedor y así saber cómo cotizar con el mismo.

Con el área de gerencia el contacto es constante, ellos nos retroalimentan y observan nuestro trabajo todos los días, me dicen que debo mejorar o en que estoy bien.

Para todo esto debo aclarar que el ambiente es excelente, siempre con respeto hacia cada miembro y en parte pienso que esto es algo que le ha permitido a MCM salir adelante, todos están para ayudar siempre ante cualquier circunstancia.

3.9. Entrenamiento

Cuando llegué por primera vez a la empresa, lo primero que hicieron fue mostrarme el sistema, es decir, como funcionaba cada parte de la organización, mi cargo de Pricing consta de realizar ciertas funciones que he mencionado con anterioridad, por lo que me enseñaron mi puesto de trabajo y procedieron a mostrarme los reglamentos internos de la empresa y las normas a seguir.

Luego de esto mis tutores y compañeros me mostraron como se desarrollaba todo el proceso desde que llegaba una cotización al área comercial por parte de un cliente, hasta que se llevaba a cabo una compra a un proveedor internacional y como se traía dicho producto al país.

Todo el proceso de Pricing fue algo complejo de aprender al principio ya que era demasiada información, por lo que inicialmente me senté al lado de un tutor que precedió a enseñarme como se procesaba correctamente una cotización, se me mostró y enseñaron tips para aplicar a la hora de la búsqueda de productos, una vez identificado un producto en específico de algún requerimiento, se procedía a escribirle al proveedor y solicitar precios, cuando el proveedor respondía, en base a esta información, se montaba en el sistema de la empresa la cotización; pero ¿cómo se hacía esto? allí es donde con la información del proveedor (precios, tiempos de entrega de algún producto, costo del transporte, tamaño del producto, etc.) se realizaba dicha cotización, no obstante no era solo ingresar los datos al sistema y ya estaba, pues había que tener muy presente todo tipo de costos, si hay un fee por usar tarjeta de crédito, si el producto es muy grande y el costo de transporte el más del estimado originalmente, si por su disposición un producto es peligroso (como los reactivos) y no se puede importar, si es un motor que necesita Rutié especial, si el producto tiene INVIMA, si hay que nacionalizar la mercancía o se puede

traer bajo la modalidad de importación Courier, que es la más sencilla para productos que no son muy grandes ni muy costosos.

Por lo que nuevamente fue como volver a la universidad y recordar las diferentes modalidades de importaciones de mercancías, recordar los diferentes Incoterms y obviamente las diferentes palabras y términos utilizados en una negociación y en el transporte internacional.

Después de que me mostraron esto, me llevaron al área comercial de la empresa, se encargaron de mostrarme el proceso por el cual se obtenían y buscaban nuevos clientes, como se llamaba a las diferentes empresas del país para buscar que confiaran en la empresa y solicitaran nuestros servicios, además también mostraron como se procesaban las solicitudes de cotización que llegaban para ser cotizados, y como se enviaban las solicitudes que ya se les tenía respuesta.

Una vez hecho esto, la siguiente área que se me fue mostrada fue el área de logística, donde se procesaban las órdenes de compra que se daban una vez un cliente aceptaba una cotización y emitía orden de compra para la misma, por lo que aquí se me mostró como se contactaba al proveedor final para hacer uso de la opción de compra, luego al igual que esto, como se contactaba a un agente de transporte, dependiendo al producto podía ser un agente de carga como FedEx o DHL o un transportista.

Finalmente, por las primeras semanas, estuve al lado de mis tutores, aprendiendo como se realizaba el proceso de Pricing efectivamente; pasadas varias semanas, se me empezaron a dar responsabilidades, otorgándome solicitudes sencillas de cotizaciones fáciles de ser procesadas,

Con el paso de las semanas se me fue dando más confianza y cotizaciones mucho más complicadas, que requerían de búsquedas directas en el extranjero, y conversaciones con proveedores en partes como China, Alemania o los estados unidos.

3.10. Competencias

- Para este cargo en específico se necesita de mucho análisis, para observar e identificar muy bien que es lo que quiere un determinado cliente, y posteriormente donde buscar el producto, cuáles son los mejores proveedores para el mismo.

Generalmente, cuando llega un requerimiento de cotización a la empresa, el cliente indica que tipo de producto requiere, la marca del mismo y la referencia, cuando un producto cuenta con toda esta información, lo denomino una cotización clase A, ya que es fácil identificar los proveedores ya que se tiene toda la información necesaria para buscar el producto.

No obstante, muchas veces llegan solicitudes de cotizaciones de productos con una descripción muy vaga, puede llegar solo con una leve descripción de un producto en específico y la marca, o hasta sin la misma marca, por lo que es nuestra función identificar el producto, lo que toma más tiempo y esfuerzo.

Existen otros productos que son muy especiales, como máquinas y reactivos, con los que hay que entrar a mirar si es peligroso su transporte o cual es la mejor forma de realizarlo.

- Se necesita estar muy atento, prestar mucha atención a los detalles y tener buena memoria. Con el paso del tiempo, se empieza a crear un mapa mental de productos, clientes y proveedores, por lo que con la experiencia se aprende cuáles son los productos que puedo manejar sin peligro, los costos estimados de flete y transporte, cuanto toma la importación de un producto, importación con nacionalización y vía Courier, entre otros aspectos.

- Tener disciplina y ser sumamente organizado.

Todos los días se aprenden muchas nuevas, pero también se recibe y se procesa demasiada información, información que puede ser de la misma empresa, de los proveedores, o de los mismos clientes, por lo que hay que organizar muy bien toda esta información; para que así,

si se llega a requerir en algún momento se pueda sacar y mostrar fácilmente toda la información que se tiene para quien lo requiera, bien sea un directivo o un compañero y hasta para nosotros mismos para tener claridad de cómo se realizó un proceso de cotización y de donde se sacó toda la información.

- Finalmente se requiere tener un hambre constata de conocimiento.

Muchas veces no se tiene la más mínima idea del producto que requiere un cliente, por lo que hay que empezar a buscar sobre él, a conocer que es lo que se está buscando, para así ser efectivos y ágiles en la búsqueda de este y en la realización de la cotización para un determinado cliente. O hasta para darle alternativas en caso de que un producto x no se encuentre más en el mercado debido a que fue reemplazado o que directamente por su antigüedad ya no se vende o comercializa más.

3.11. Responsabilidades

- Las cotizaciones tienen un periodo de entrega de tres días hábiles, a excepción de los proyectos.
- El margen mínimo de utilidad en cada cotización es del 13%.
- Se debe revisar la partida arancelaria de los ítems cotizados, para identificar los requerimientos de nacionalización.
- Las cotizaciones de fletes se deben regir o por los cotizadores de los proveedores o solicitud de cotización.
- Solo se realizan cotizaciones a requerimientos identificados como viables financieramente para la organización.
- Se debe tener en cuenta las condiciones especiales de cada producto (Como volumen, peso, productos especiales, país de compra, entre otras).

4. Características de la practica

4.1. Justificación

La práctica laboral es sumamente importante en el proceso de preparación para todo estudiante, pues es durante este tiempo que se consolidan, repasan y en cierto punto se aplican todas aquellas cosas que se vieron durante el tiempo que se estuvo estudiando.

Durante los años de estudio se adquieren conocimientos teóricos acerca los negocios internacionales, tanto como de las diferentes reglas y normas que rigen el comercio exterior, que se debe realizar y que no cuando se lleva a cabo una importación o exportación de bienes, no obstante todo esto es mera teoría que no se empieza a ver aplicada hasta que se realiza las prácticas, pues son estas el primer acercamiento real a lo que es la carrera y a lo que se puede enfrentar una vez terminada la universidad.

Dependiendo al área en el que se den las prácticas laborales, que bien puede ser en una empresa de compra y venta de mercancía, transportadores, aduanas, etc., se podrán ver y aplicar ciertos conocimientos que se adquirieron mientras se estudiaba, en este caso MCM Trading se dedica a la compra y venta de productos para clientes, es una especie de intermediario, cuando una empresa de algún sector necesita un producto en específico, recurre a MCM para que adquiera esta mercancía y se la venda directamente.

Durante los meses de practica se pudieron aplicar muchos de los conocimientos adquiridos en la universidad, pues se debían clasificar productos con la nomenclatura arancelaria, según sus propiedades, negociar compras de diferentes tipos, y demás. Adicionalmente se aprenden a identificar de una mejor forma los documentos que se necesitan para una importación; por lo que, pensando en un futuro, esta es una experiencia

que ayuda enormemente porque forja unas bases más sólidas para afrontar cualquier trabajo relacionado con la carrera.

De igual forma se puede asegurar que la empresa ha obtenido un beneficio con el contrato de aprendizaje igualmente, ya si bien ha tenido que gastar tiempo y dinero en la enseñanza de las diferentes labores, también ha podido apreciar como el trabajo se vuelve más dinámico, las cantidades de cotizaciones que se manejan aumentan y los tiempos de respuesta disminuyen, el peso del trabajo ahora se distribuye mucho más equitativamente entre las diferentes personas, en este caso del área de pricing, por lo que se cotiza mucho más eficientemente.

4.2.Objetivo general

Se busca generar una disminución en el tiempo de respuesta de una cotización de un bien solicitado por un cliente, así como también incrementar la cantidad de cotizaciones que se puedan procesar, todo esto para lograr ser más competitivos en el mercado y generar mayores utilidades para la compañía.

4.3.Objetivos específicos

- Aumentar el volumen de compras tanto locales como internacionales.
- Procesar de forma más rápida las diferentes cotizaciones enviadas por los clientes de MCM.
- Clasificar más fácilmente los distintos proveedores para así acortar los tiempos de búsqueda y respuesta de un requerimiento.

5. Informe ejecutivo

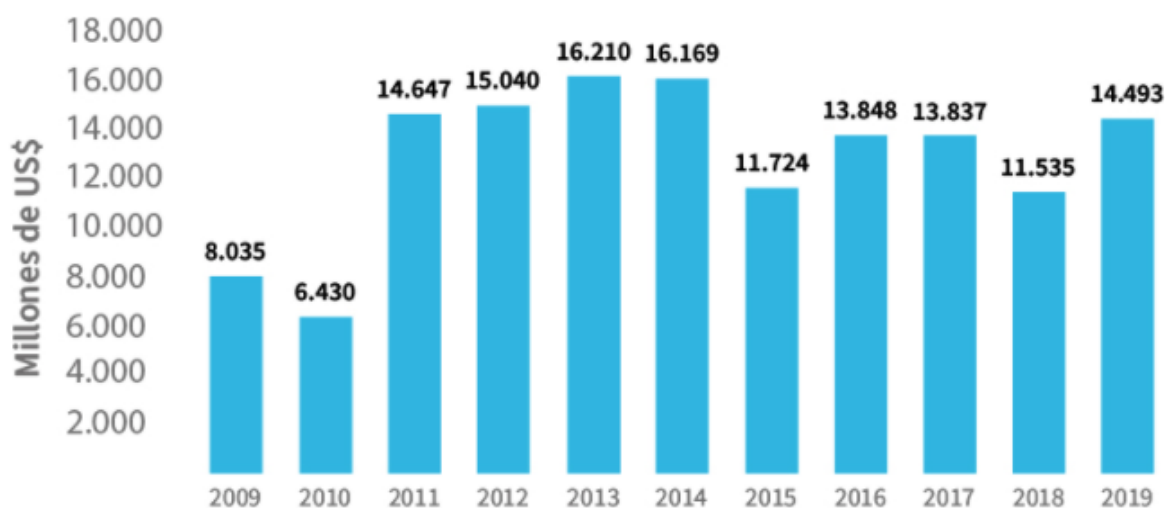
- El comercio internacional

La integración a la economía mundial es una valiosa herramienta para la promoción del crecimiento económico, el desarrollo y el alivio de la pobreza a nivel nacional. En las dos últimas décadas, el comercio mundial registró un promedio del 6% anual, o sea el doble del producto mundial. Sin embargo, ha sido un motor de crecimiento desde mucho antes. Desde la creación del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) en 1947, el sistema de intercambio mundial se ha beneficiado de ocho rondas de liberalización multilateral, además de la liberalización unilateral y regional. De hecho, la última (llamada "Ronda Uruguay" y concluida en 1994) condujo a la fundación de la Organización Mundial del Comercio, encargada de administrar el creciente número de acuerdos comerciales multilaterales. (FMI, 2001)

La integración económica mundial es algo que ha permitido a las diferentes economías a lo largo del mundo crecer y desarrollarse, se ve al comercio como un potenciador de crecimiento económico, las últimas décadas han sido fundamentales para esto, pues sea visto un constante crecimiento y liberalización del comercio internacional, ahora gran parte de la población de los países pueden acceder a bienes y servicios que antes les sería completamente ajenos.

Esta liberalización ha traído enormes beneficios para las personas, pues ha llevado la competencia para las industrias nacionales, lo que ha significado en muchos casos acabar con los diferentes monopolios económicos, lo que lleva a diversificar y mejorar la producción tanto de bienes como de servicios abaratando costes, agilizando tiempos de producción y con una mejor calidad; la inversión extranjera a traído a muchos países en vías de desarrollo nuevas oportunidades, ya que con nuevas compañías invirtiendo fuertes sumas de dinero en los sectores primarios, secundarios y terciarios han llegado nuevos puestos de empleos, nuevas fuentes de ingreso que les ha permitido a las diferentes personas salir de la pobreza, En Colombia la inversión extranjera es muy importante para esto.

Flujos de IED en Colombia (2009-2019)



Fuente: Banco de la República de Colombia, Balanza de Pagos

(Invest In Bogota, 2021)

Este gráfico permite apreciar las normas sumas de dinero que trae consigo la IED, dinero que muchas empresas en el país han aprovechado y utilizado para su crecimiento, además de que ha permitido a la población ver y obtener productos de diferentes marcas que antes eran muy difíciles de obtener.

No obstante, las compañías de estos países en vías de desarrollo como Colombia también se han visto beneficiadas, con nuevas competencias internas han tenido que evolucionar e innovar en muchos casos. Se ha visto el crecimiento de diferentes industrias, ahora las compañías también han podido salir he invertir en otros países, se les ha facilitado la obtención de materia primea, bienes e insumos para un mejor funcionamiento, lo que a groso modo beneficia directamente a toda una población.

Para nuestro país el creciente comercio internacional, ha llevado a que aparezcan cientos y hasta miles de nuevas empresas dedicas a muchas actividades, siendo muy importantes aquellas dedicadas al comercio exterior. Si bien nuestro país no es un gran exportador de insumos o bienes de capital si no

principalmente de bienes del sector primario, la importación de mercancías es sumamente fundamental para el correcto funcionamiento de nuestro aparato económico.

Balanza comercial de Colombia 2000-2016



Fuente: DIAN- DANE (IMPO)

Infografía: Aurelio Valencia Gómez

(Vanguardia, 2017)

Enfocándonos en el anterior gráfico y tomando como base únicamente las importaciones, se puede apreciar que en los últimos años estas han ido creciendo exponencialmente, yéndonos a un ámbito empresarias, indica que las diferentes compañías cada vez están importando muchos más insumos para su correcto funcionamiento.

Aquí es donde estas nuevas empresas dedicadas a la importación de bienes aparecen con su rol fundamental, que es el de suministrar a estas compañías de materias primas o bienes que les son necesarias.

Identificación de los diferentes proveedores:

Cabe aclarar que la competencia por suministrarle a las empresas y universidades nacionales de productos e insumos para su uso y el correcto desarrollo de sus funciones muy intensa, existen ciertos factores que son claves para obtener cierto éxito en este aspecto.

- **Es el precio del producto:** si se logra obtener un producto a precios más bajos que los de la competencia y hasta que el de los distribuidores autorizados locales, muchas empresas optarán por la compañía que les brinde estos excelentes precios
- **El tiempo de entrega:** si bien muchas compañías se basan en tomar las decisiones de compra de productos con base a su precio, el tiempo de entrega también juega un papel fundamental para esto, pues tener precios muy accesibles y mejores que los de algún rival, pero un tiempo de entrega mucho mayor dependiendo a la urgencia y la necesidad de la empresa compradora, conlleva que este factor sea decisivo para la compra de estos bienes; pues decidirán ir por un buen tiempo de entrega antes que por su precio, por lo que siempre se debe buscar no solo obtener los mejores precios si no también los mejores tiempos de entrega.
- **La atención al cliente:** este primer acercamiento es fundamental, el desarrollar excelentes lazos con la empresa a la cual se le venderá o proveerá de productos, como también el poder solventar todas las dudas y necesidades con la mayor disponibilidad y atención posible llevará a que se tenga mayor éxito a la hora de concretar una venta de algún producto en particular.

Cabe aclarar que, si bien estos son factores importantes, no lo son todo, pues existen muchas circunstancias que permitirán a una empresa proveedora de servicios el cerrar una venta.

Según (Iberoamericana, 2019) La administración y gestión de proveedores se erige como una de las herramientas competitivas empresariales de mayor relevancia.

En un contexto de alta competitividad empresarial, es imprescindible crear estrategias que además de beneficiar la rentabilidad de la compañía, aporten un valor añadido para favorecer la diferenciación, así como optimizar los recursos existentes.

Por su elevada importancia, el nivel de calidad en la gestión de proveedores puede influir en los resultados de negocio, el servicio al cliente y el valor de la cadena de suministro. Por ello, es imperativo que las empresas diseñen y se ajusten a planes y estrategias de gestión de proveedores que acompañen los objetivos comerciales y de imagen deseados.

En lo anterior, responderle al cliente de forma rápida y eficiente es muy importante, pues garantiza poner a una empresa como primera opción frente a las otras en cuanto a vender un determinado bien se refiere.

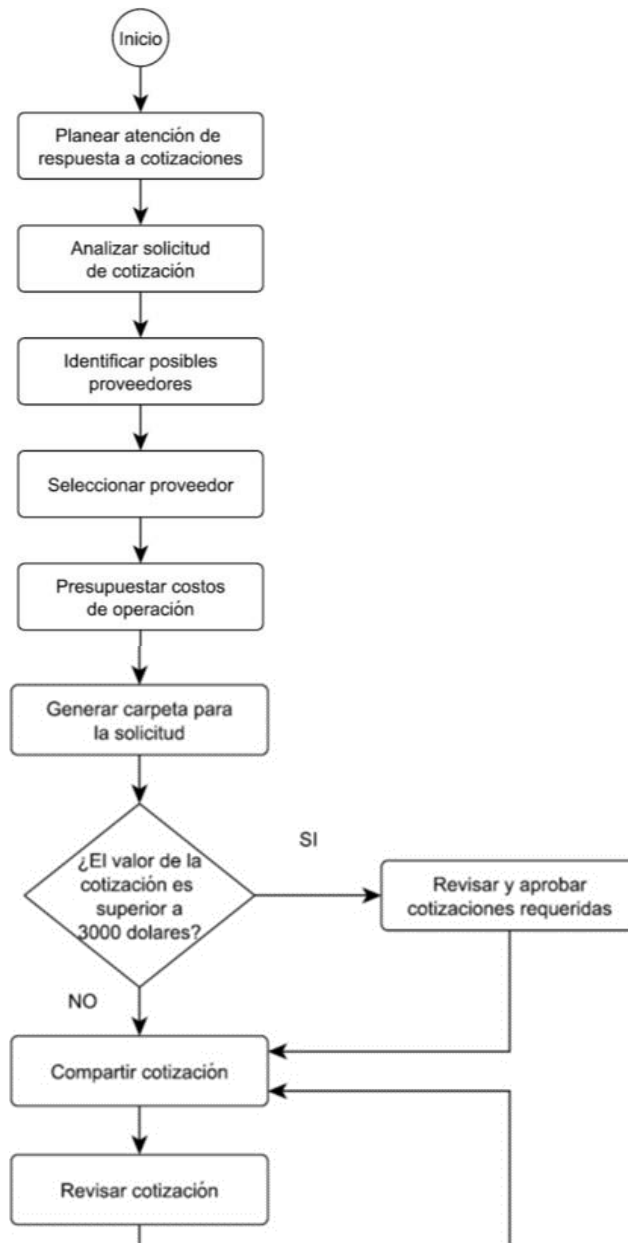
Dentro del proceso de búsqueda y obtención de proveedores los tiempos son claves, el encontrar el proveedor indicado para adquirir un bien, con buenos tiempos de entrega, que sea cumplido con estos y que tengas muy buenos precios no es algo fácil, y generalmente es lo que más tiempo requiere como también el factor más importante para concretar una negociación, pues es durante este proceso de identificación y cotización de un producto y una marca lo que dirá si se es competitivo en comparación con otras empresas.

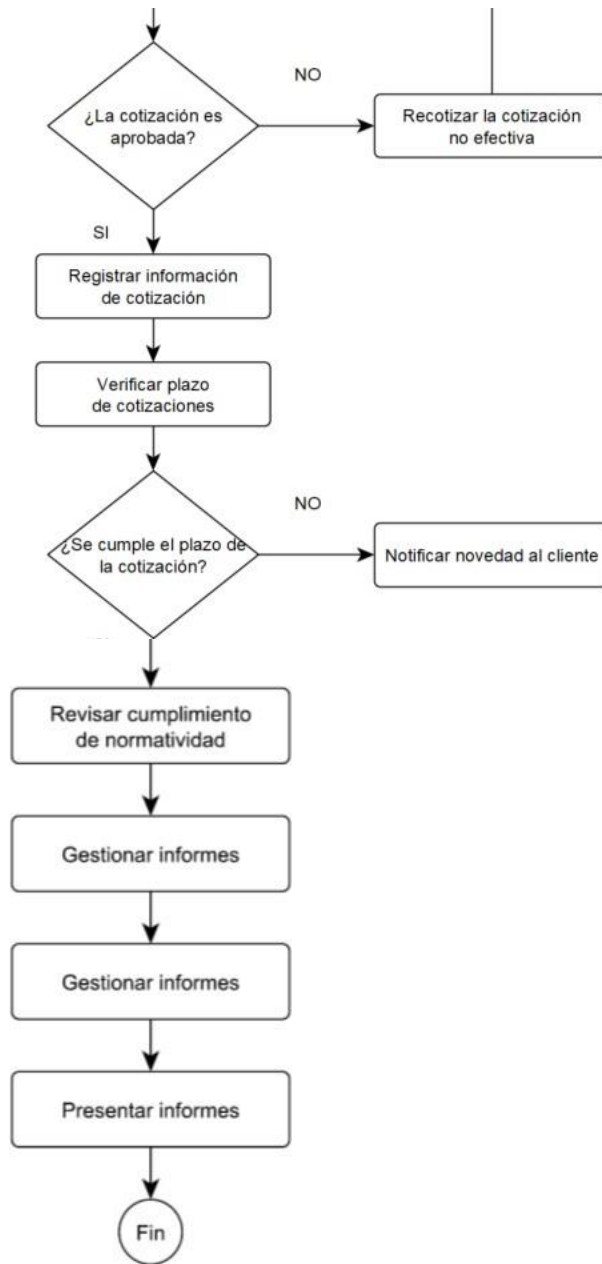
Si esto se realiza de forma rápida, esto garantizará ser de los primeros en la lista de opciones de las empresas que buscan diferentes productos, una enorme ventaja a la hora de concretar un negocio.

MCM Trading

Como he mencionado en partes anteriores del presente trabajo, una de las áreas de trabajo más importantes de la compañía MCM Trading es Pricing, pues es el proceso que tendrá el primer acercamiento con el proveedor y en donde se decidirán los precios y tiempos de entrega de los determinados productos. Para el funcionamiento del área de Pricing, MCM ha desarrollado un esquema el cual todo integrante del equipo Pricing debe aceptar y seguir:

Esquema y explicación de Pricing





(Relacionamiento con el cliente Pricing, 2019)

Explicando el anterior Flujograma de procesos de una forma sencilla, el área de Pricing se encarga de acercarse al proveedor.

Cuando aparece una solicitud de cotización, esta llega al rea de Pricing, donde se lleva a cabo la búsqueda del proveedor más indicado, tomando como ejemplo se pondrá que se tiene una cotización de Isagen Colombia, estos están buscando 5 unidades de un interruptor de la marca PEPPERL+FUCHS; por lo que el encargado del área de Pricing procede a dar con la búsqueda del mejor proveedor, que posea los mejores precios y tiempos de entrega para este producto, la empresa ya posee de experiencia en este tema, por lo que luego de una búsqueda exhaustiva internase identifican ciertos proveedores, se sigue a contactarlos, y una vez se tenga respuesta con precios y disponibilidades de los interruptores, se procede a generar la guía de cotización.

Con una agencia de transporte se validan los pesos y dimensiones de los productos como también su costo para traerlos al país, una vez se tiene toda esta información se le envía al área comercial que le dará el visto bueno a la cotización y se la remitirá al cliente final.

No obstante, si esta cotización excede los 3000 USD, será verificada directamente por el encargado del área Pricing y comercial antes de ser enviada formalmente al cliente.

Plan de mejora y practicas

Desde el inicio de la practica en MCM se ha podido apreciar cómo se trabaja en una empresa que se dedica al comercio internacional, no obstante, se logra identificar la razón por la que está creado el cargo de pricing, se necesitaba incrementar el número de cotizaciones que se estaban procesando y de igual modo, disminuir los tiempos de respuesta.

Antes solo 2 personas se encargan de la búsqueda de nuevos proveedores y de la misma gestión de estas cotizaciones, por lo que cada uno podía estar manejando 15 o 20 cotizaciones a la vez, lo que alargaba los tiempos de respuesta que en tiempos normales deben ser de máximo 3 días para atender a un requerimiento.

Analizando internamente se aprecia que había un déficit de información a la hora de buscar a los diferentes proveedores con los que se había cotizado antes diferentes productos como también a la hora de buscar nuevos proveedores para nuevas órdenes, había un desorden en la información y era un tanto difícil identificar con quien ya se había hecho alguna gestión y con quienes no, cuales proveedores estaban enfocados a la comercialización de un determinado producto o de otro; por lo que se toma la decisión de crear una base de datos con los proveedores que se ha venido trabajando a lo largo del desarrollo de la práctica.

Se separan a los diferentes proveedores en 4 Columnas principales:

- La primera columna muestra las marcas: en esta columna se pueden apreciar las diferentes marcas de productos que se encuentran actualmente en el mercado internacional, marcas relacionadas a todo tipo de productos.
- La segunda Columna indica la línea de productos que se han manejado, productos tales como válvulas, rodamientos, químicos, reactivos, industria, entre muchos otros.
- La tercera y cuarta columna muestra de que parte del mundo son los proveedores que venden estas marcas, tomando como referencia principal a los proveedores provenientes de Europa, de América, principalmente los estados unidos que es de donde traemos y buscamos la mayor cantidad de productos y finalmente de Asia.

La idea que se propuso en este trabajo de practica es unificar toda esta información para que de esta manera se pueda acceder mucho más fácil y rápido a la información requerida en el instante y no dar búsquedas y rodeos innecesarios para llegar finalmente al mismo punto.

Cuando llegaba una solicitud se desaprovechaba mucho tiempo buscando proveedores que vendieran la marca y el producto que solicitaba el cliente, para finalmente entender que el

proveedor que identificaba era uno con el que ya se había cotizado antes ese tipo de productos; esto fue lo que conllevó directamente a crear esta base de datos en la que en cuestión de segundos se pueden apreciar decenas de marcas y proveedores, así como también el lugar en el cual se encuentran.

Todo esto con el fin de disminuir el tiempo de respuesta de las diferentes cotizaciones, lo que permite al mismo tiempo procesar muchas más cotizaciones y por lo tanto ser mucho más competitivos en un mercado lleno de opciones y competidores.

6. Aportes a mi formación personal

Las prácticas me han permitido crecer enormemente no solo como ser humano si no directamente como persona, puesto que no es fácil llegar a una empresa nueva, donde no conoces a nadie y además tienes que estar compartiendo constantemente con personas que serán tus compañeros.

Antes había trabajado como constructor en obras que administraba mi padre, no obstante, nunca va a ser igual trabajar bajo el mando de tu padre, que si bien puede ser muy exigente, también es mucho más permisivo que en ocasiones podía disfrutar de lujos que otros trabajadores no podrían, a trabajar para alguien completamente y estar en un mundo más empresarial y estricto.

Ahora tengo muchas responsabilidades que en ocasiones son muy grandes, pues bajo mi hombro muchas veces esta que la empresa adquiera o ganancias, genere activos y hasta es mi responsabilidad que genere perdidas, puesto que realizar mal mi labor, o equivocarme puede causar que se incurran en pérdidas directas no solo de dinero, sino también de tiempo, además de la pérdida de confianza de un cliente en la organización, por lo que estar bajo esta presión ha sido algo completamente nuevo para mí, ahora debo cumplir estrictamente con un horario el cual no puedo incumplir ya que incurriría en una falta directa al reglamento lo que conllevaría directamente a una sanción.

Debo dar informes de mi trabajo realizado, cosa que no había tenido que hacer antes salvo en la universidad; Además de que tengo jefes y superiores a los cuales debo respetar al igual que a mis otros compañeros.

Toda esta experiencia me ha ayudado a madurar enormemente, personalmente soy alguien que ve el mundo de diferente manera, ya que he tenido que ver cómo es la vida de adulto realmente, con sus limitaciones y en cierto punto sus responsabilidades, he aprendido a relacionarme directamente con compañeros los cuales nunca había visto antes.

La tolerancia también es ahora un valor que siento he adquirido, muchas veces no estoy de acuerdo con algún compañero, o a veces no me dicen las cosas de una manera menos fría por así decirlo, pero como mencioné, ahora estoy en un mundo de adultos y cada error o cosa mala que se haga llevara directamente a pérdidas o sanciones, por lo que sabido entender y aceptar cuando realizo algo de una forma incorrecta y se me reprende por lo mismo.

También he adquirido el rol de administrador, antes tenía un salario base que se me daba por los días pagados, que podrían ser dos o tres en toda la semana, y hasta por horas, ahora tengo un salario fijo, que me llega de forma quincenal, por lo que ahora tengo ingresos fijos que antes no tenía, lo que me ha llevado poder cubrir con mis gastos personales y no depender más tan directamente de mi familia.

Este dinero sé que debo cuidarlo, ya que, si se me acaba rápido, tendré que esperar varios días en que se me pague nuevamente, no es como antes que era solo pedir y se me daba, ahora cada cosa que quiera comprar debo hacerlo con dinero ganado con el sudor de mi frente.

Como conclusión, las prácticas profesionales me han sumergido en la vida real del adulto con todas sus responsabilidades, me han hecho madurar y ver todo de una forma más distinta, he aprendido a ganarme el dinero y cargar bajo mis hombros con nuevas obligaciones y finalmente de rendir cuentas de lo que hago, que cada acción tiene una reacción y que ahora dependo enteramente de mi para salir adelante.

7. Aportes a mi formación profesional

Como profesional mi crecimiento ha sido exponencial, el puesto en el que estoy, la labor que realizo me ha ayudado directamente a potenciar mis conocimientos en cuanto al comercio exterior y las negociaciones y relaciones internacionales, he debido tener contacto directo con personas en todas partes del mundo, he visto la forma en que las personas de los diferentes países se expresan por lo que he aprendido como debo dirigirme a ellos directamente.

En la universidad se me enseñó mucho acerca de los incoterms (términos de negociación) los documentos que se necesitaban para realizar una importación, se me enseñó de códigos y nomenclaturas arancelarias, de los diferentes vistos buenos, entre muchas otras cosas.

Pues bien, ahora he tenido que practicar y retomar nuevamente todas estas cosas que se me enseñó en la universidad, esta vez ya no desde un ámbito académico, sino desde el lado de la práctica laboral; debo admitir que muchas cosas no las recordaba, no obstante, la práctica me ha hecho mucho más conocedor y menos ignorante a los diferentes términos que se manejan en el comercio internacional.

Ahora sé cómo trabajan muchas empresas del área de negocios, profesionalmente me ha guiado al área la cual me gustaría desempeñar dentro de una organización, como lo sería el área de compras, en la que se tiene un contacto mucho más estrecho con el exterior y con los diferentes clientes y proveedores.

Me siento mucho más capacitado para salir al mundo exterior y entrar a cualquier empresa de comercio exterior, he adquirido más confianza en mí mismo y en mis capacidades, así como también puedo decir que he adquirido muchos conocimientos que solo se obtienen con la práctica directa y el contacto con el mundo por así decirlo.

Cada acción que realizo ahora tiene una repercusión directa no solo sobre mí, sino también sobre la empresa, mis compañeros, mis jefes y hasta mi familia, el ya no depender de mis padres me ha hecho más consciente de lo importante que fueron los 5 años que estudié y que ahora empiezan a dar frutos.

Si bien aún no soy un profesional en negocios internacionales en todo el sentido de la palabra, ya que no tengo aun mi título, he aprendido y ahora tengo bases mucho más sólidas para ser este profesional que he buscado ser por ya cinco años. Obviamente aun me faltan demasiadas cosas por aprender, pues en esta carrera siempre se está en un constante aprendizaje, pero al menos ya no soy la misma persona que era hace unos meses, he pasado de ser un estudiante a un integrante de una compañía en la vida laboral y competitiva de las empresas y los negocios internacionales.

8. Conclusiones

- Tomando como guía la base de datos creada se han podido disminuir los tiempos de cotización, por lo que los tiempos de respuesta para el cliente final ya no tienen un promedio de 3 días, si no de 2 días o menos, lo que ha permitido mayor competitividad con los diferentes clientes.
- Se ha incrementado el flujo de cotizaciones en el trabajo, si bien antes las 2 personas encargadas manejaban un promedio elevado de solicitudes, estas se han visto distribuidas más equitativamente ya no entre 2 si no entre 4 personas, lo que ha disminuido el peso laboral dando como resultado que cada persona maneje un promedio de 8 a 10 cotizaciones diarias sin que su desempeño se vea afectado de forma significativa.
- Con el contrato de aprendizaje se han obtenido excelentes resultados, ya que al existir mucho más dinamismo en el trabajo, agilidad y eficiencia, se ha permitido incrementar las órdenes de compra, lo que ha dado como resultado mayores utilidades para la empresa.

9. Recomendaciones

Si bien las utilidades han incrementado y los tiempos de respuesta de las cotizaciones han disminuido, se ha logrado apreciar ciertas cosas que la compañía debería mejorar internamente para aumentar su productividad.

- La primera es la de mejorar las herramientas de trabajo, en este caso los diferentes computadores, muchas veces el trabajo se ha visto ralentizado debido a fallas o problemas con los equipos, que en algunos casos son algo anticuados, necesitando más actualizaciones en cuanto al Hardware para su correcto desempeño; lo que muchas veces ha generado retrasos en el trabajo o mientras poco a poco actualizan estos equipos.
- La segunda y no menos importante es la de clasificar internamente las potenciales cotizaciones, es decir, las que sean más viables y que posiblemente traigan una orden de compra.

Se tiene que para algunas marcas y productos de la empresa no es competitiva, generalmente por que el cliente ya obtiene estos productos de proveedores que poseen la representación oficial de alguna marca en específico en Colombia, lo que efectivamente hace poco competitiva a la empresa.

De igual forma a veces se pide cotizar ciertos productos que por sus características nada tienen que ver con la carrera de negocios internacionales, y de igual forma se pide cotizar para demostrar gestión.

10. Referencias

- FMI, p. t. (Noviembre de 2001). *imf.org*. Obtenido de <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2001/esl/110801s.htm>
- Gómez, J. E. (04 de noviembre de 2020). MCM Trading. (Santiago, Entrevistador)
- Iberoamericana, U. I. (23 de julio de 2019). *blogs.unini.org*. Obtenido de <https://blogs.unini.org/empresa/2019/07/23/la-importancia-de-la-gestion-de-proveedores/>
- Invest In Bogota*. (12 de 01 de 2021). Obtenido de <https://es.investinbogota.org/por-que-bogota/clima-de-negocios-en-colombia-y-bogota>
- MCM Trading*. (s.f.). Obtenido de <http://www.MCMtra.com/sitio/index.php/nuestro-adn>
- (2019). *Relacionamiento con el cliente Pricing*. Medellín.
- Vanguardia*. (18 de 02 de 2017). Obtenido de <https://www.vanguardia.com/economia/nacional/el-deficit-de-la-balanza-comercial-en-colombia-bajo-258-en-2016-IRVL389441>
- Vargas, J. (23 de febrero de 2021). MCM Trading. (S. Gómez, Entrevistador)