

INFORME DE PRÁCTICAS PROFESIONALES MEXICHEM COLOMBIA SAS 2019-1

Reducción en los tiempos de entrega de Soldadura a Mexichem Perú.

María Paula López Poveda

Facultad de Negocios Internacionales.

Universidad Santo Tomás.

2019-1

INFORME DE PRÁCTICAS PROFESIONALES MEXICHEM COLOMBIA SAS 2019-1

Reducción en los tiempos de entrega de Soldadura a Mexichem Perú.

María Paula López Poveda

Practicante comercial de exportaciones

Tutor: Jorge García.

Facultad de Negocios Internacionales.

X Semestre

Universidad Santo Tomás.

2019-1

RESUMEN.

Mexichem Colombia SAS, conocida comercialmente como “PAVCO”, hace parte de una gran familia de multinacionales que ofrecen soluciones para mejorar la calidad de vida de los clientes. Esta práctica profesional se llevó a cabo en el departamento de Exportaciones de la compañía, específicamente en el área comercial y tuvo relación con productos de la línea corporativa “Building and Infrastructure”. El presente trabajo tiene como objetivo mostrar uno de los aportes más relevantes al departamento, ya que condensa todo lo aprendido en los 6 meses de práctica.

PAVCO es la marca líder en el mercado de la construcción colombiana, ofrece productos en PVC, CPVC y todos sus complementarios. A lo largo de la práctica se da la oportunidad de tener total contacto con la operación, desde la comunicación directa con el cliente hasta la organización logística de las exportaciones, es por ello que estos 6 meses permiten desarrollar aptitudes comerciales y la propuesta a tratar está relacionada con optimizar procesos internos para reducir el tiempo de despacho de uno de los productos estrella del portafolio, la soldadura; el proyecto se está desarrollando con una filial de la empresa ubicada en Perú.

AGRADECIMIENTOS.

“The best CEOs I know are teachers, and at the core of what they teach is strategy.” (Porter, 1987)

A punto de culminar mi carrera universitaria y después de unas maravillosas prácticas profesionales quiero agradecer en primer lugar a Dios, por permitirme día a día dar lo mejor de mí y aprender de un espléndido equipo de trabajo; a mi familia, por apoyarme desde el momento en que empecé mi carrera profesional y por impulsarme a soñar siempre más alto y a mis amigos que siempre confiaron en mí y me llenaron de fortaleza en los momentos en que lo necesitaba.

Gracias a Daniel Promisiero por darme la oportunidad de potenciar mis capacidades, por proponerme retos y por siempre motivarme a ser mejor; a Diana Pineda, por ser una líder admirable, por enseñarme con paciencia, por entregarme su conocimiento y porque gracias a ella, mis expectativas de práctica profesional fueron superadas absolutamente en la medida en que me enamoré de aquello que un día decidí estudiar; a Jean Prieto por permitirme trabajar en equipo, por mostrarme día a día cuán importante es la pasión por el trabajo y por incentivar me a ser más grande y a aceptar y afrontar cualquier reto que se nos presente; finalmente a todos mis compañeros de trabajo que desde el primer día me recibieron con una sonrisa.

INTRODUCCIÓN

Las prácticas profesionales en Mexichem Colombia SAS son sin duda un reto innato para cualquier estudiante de Negocios Internacionales. “PAVCO” es una marca líder en el mercado de la construcción, ofrece productos en PVC, CPVC y todos sus complementos; este tipo de productos poco conocidos para alguien que no está en el sector hacen de la experiencia comercial un reto enriquecedor y muy gratificante, así como muestran la aplicación de todas las teorías académicas aprendidas en la Universidad. El departamento de exportaciones tiene contacto directo con todos los países del caribe, Centroamérica, Latinoamérica y Estados Unidos, por lo que además de potenciar las habilidades comerciales, incentiva al practicante a hablar en otros idiomas como inglés y francés.

Esta práctica profesional permite conocer dos grandes rubros del mundo moderno; el primero, pertenecer a una multinacional en la que se manejan sistemas de alto nivel como SAP o BW; el segundo, el contacto directo con un cliente que está a kilómetros de distancia, lo que posibilita ver los negocios de una manera globalizada y sin fronteras. El caso a tratar es la reducción en los tiempos de envío a Perú, de un producto fundamental para el portafolio de la compañía: la soldadura. Este proyecto involucra áreas como logística, compras, planeación y las gerencias comerciales por lo que el aporte dado es solo un grano de arena al proyecto macro que aún se está desarrollando.

CONTENIDO

RESUMEN	3
AGRADECIMIENTOS	4
INTRODUCCIÓN	5
1. LA EMPRESA	7
1.1 Aspectos Generales:	7
1.1.1 Misión, Visión y Valores:.....	7
1.1.2 Ubicación Geográfica:.....	8
1.1.2 Estructura Organizacional.....	8
1.1.3 Unidad o departamento:.....	8
2. PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES	9
2.1 Planteamiento del problema:	9
2.2 Importancia, limitaciones y alcance:	10
2.3 Objetivo General	11
2.3.1 Objetivos Específicos:.....	11
3. CONTENIDO PLAN DE MEJORA	11
3.1 Propuesta de Mejora:	11
3.2 Conclusiones:	12
4. SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL	13
4.1 Actividades realizadas:	13
4.2 Cumplimiento de Objetivos:	14

1. LA EMPRESA

1.1 Aspectos Generales:

1.1.1 Misión, Visión y Valores:

Misión:

“Transformar químicos en productos, servicios y soluciones innovadoras, para los diversos sectores industriales, a través de nuestra excelencia operativa y enfoque en las necesidades del mercado, con el propósito de generar valor continuo para nuestros clientes, colaboradores, socios, accionistas y comunidad, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la gente.”
(PAVCO, 2017)

Visión:

“Ser respetada y admirada mundialmente como una compañía química líder enfocada en generar resultados, contribuir al progreso y mejorar la vida de las personas.” (PAVCO, 2017)

Valores:

Liderazgo: *Buscamos continuamente impulsar la innovación en nuestros productos, procesos y soluciones así como la generación de un impacto positivo en el mercado y en la industria.*

Responsabilidad: *Actuamos de manera responsable y equitativa en las comunidades donde participamos. Contribuimos de la mejor manera posible con la preservación del medio ambiente a través de acciones sustentables.*

Compromiso: *Creemos en la dedicación, el enfoque hacia metas comunes y el trabajo en equipo para superar las expectativas de nuestros clientes y cumplir los compromisos ofrecidos a socios, colaboradores y comunidades de las que formamos parte y en donde operamos.*

Orientado a Resultados: *Creemos en la eficiencia y excelencia operacional y financiera; en ofrecer resultados positivos con un crecimiento sostenido y productos que marcan la diferencia.*

Seguridad: *La salud y seguridad de nuestra gente son nuestra prioridad.*

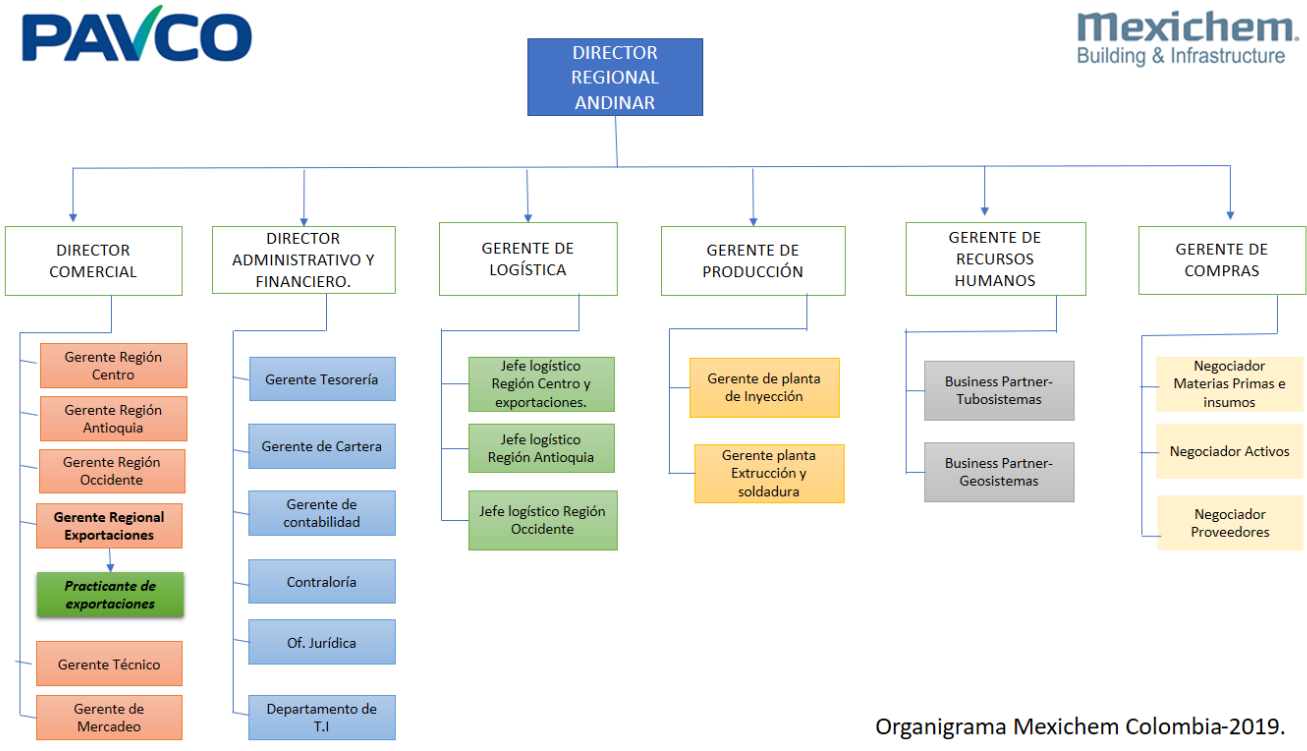
Integridad: *Estamos comprometidos a ser un actor ético, honesto y confiable, que actúa de manera apropiada y respetuosa con sus colaboradores. (PAVCO, 2017)*

1.1.2 Ubicación Geográfica:

Mexichem Colombia SAS está ubicada en la ciudad de Bogotá, Colombia en el barrio El Perdomo: Autopista Sur No. 71-75.

1.1.2 Estructura Organizacional

Grafica No. 1: Organigrama



Organigrama Mexichem Colombia-2019.

Autor: Producción propia.

1.1.3 Unidad o departamento:

Esta práctica profesional se desarrolla en el departamento de Exportaciones de la empresa y su énfasis es comercial, por lo que se tienen en cuenta aspectos como: análisis de mercado, análisis de la competencia, creación de estrategias comerciales, contacto constante con el cliente y cumplimiento de presupuestos.

a) Análisis DOFA

Grafica No. 2: DOFA

<p>D</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tiempos de respuesta de producción poco competitivos para las líneas nuevas de producto y la soldadura exclusiva. 2. Dificultades para la comunicación con clientes de habla inglesa por el vocabulario técnico que se debe usar. 3. Percepción de desinformación por parte del cliente. 4. Procesos burocráticos que vuelven más lenta la ejecución de algunos proyectos. 5. No hay un indicador claro de servicio al cliente. 	<p>O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tasa de cambio favorable para las exportaciones. 2. Los competidores nacionales no tienen una logística competitiva en los mercados internacionales. 3. El mercado está optando por el desarrollo en tecnología de nuevas líneas de producto. 4. El mercado del PVC y el CPVC opta por productos de calidad y duraderos. 5. Los acuerdos comerciales incentivan a la exportación de productos que sean de origen colombiano, por lo que se obtienen beneficios arancelarios.
<p>F</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alto reconocimiento de la marca a nivel nacional e internacional. 2. Acceso a tecnologías gerenciales para controles y desarrollos de BI. 3. Cambios corporativos que incentivan el desarrollo global de la marca. 4. Logística competitiva y estructurada. 5. Líneas de producto de alta calidad. 6. Innovación en el sector de construcción con líneas de producto especializadas que brindan al cliente soluciones eficaces. 	<p>A</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La llegada de productos chinos a los mercados de Centroamérica, el Caribe y Latinoamérica. 2. Mejores tiempos de respuesta por parte de algunos proveedores internacionales en líneas como la soldadura. 3. Estancamiento del crecimiento en ventas debido a la situación económica de los países compradores

Autor: Producción propia

2. PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

2.1 Planteamiento del problema:

La soldadura es uno de los complementos más importantes para el portafolio de productos de PVC y CPVC, sin embargo, la comercializada a nivel nacional no cumple con algunos estándares de la jurisdicción peruana, por lo cual PAVCO Colombia desarrolló un producto exclusivo para exportaciones Perú.

Este producto ha sido bien recibido en el mercado peruano, pero aún se están ajustando temas de calidad, teniendo en cuenta que se está tratando con mercancía peligrosa y muy volátil (sensible a cambios de temperatura o algunos otros agentes externos (ICONTEC, 1998)). El lead time de este producto es de 90 días de entrega en fábrica colombiana después de colocada la orden de compra, lo cual genera desabastecimiento en el mercado peruano y poca competitividad tomando como referencia el tiempo de entrega de otros proveedores.

El problema a se desarrolla desde la identificación de los cuellos de botella del proceso logístico, con el fin de emprender acciones de mejora para reducir sustancialmente los tiempos de entrega en planta colombiana. Las áreas involucradas son: exportaciones Colombia, compras Perú, compras Colombia, planeación, logística y las gerencias comerciales.

2.2 Importancia, limitaciones y alcance:

Importancia: La generación de soluciones viables para este proyecto es de suma importancia para el departamento ya que: el desabastecimiento de Perú puede generar que elijan otros proveedores y Colombia pierda importantes ventas en el vecino país; posibilita la creación de una cadena de abastecimiento sostenible y puede crear oportunidades de exportación a otros países objetivos como Bolivia o México; finalmente, la participación en este proyecto permite identificar el proceso de desarrollo de nuevos productos y la aplicación de algunas teorías logísticas y administrativas aprendidas durante la carrera.

Limitaciones: Teniendo en cuenta que este proyecto involucra altos mandos dentro de la compañía, los aportes dados al mismo tendrán que ser aprobados en diferentes instancias y quizá se lleven a cabo de manera diferente o sean descartados por las gerencias.

Alcances: Dentro del proyecto macro, la estudiante es la líder del equipo de trabajo: “*Reducción en los tiempos de envío*”, por lo que tiene comunicación directa con Compras Perú, Compras Colombia y planeación. Se realizan reuniones corporativas cada dos semanas para visualizar los avances del mismo y todas las propuestas serán validadas en primera instancia por la gerencia comercial de Colombia.

2.3 Objetivo General

Identificar los puntos críticos de la cadena de abastecimiento de Soldadura Perú, analizando la composición del lead time del producto, con el fin de proponer acciones de mejora y reducir los tiempos de respuesta y despacho.

2.3.1 Objetivos Específicos:

- A) Reconocer el lead time del producto, detallando todos los procesos inmersos en él, con el fin de determinar los cuellos botella del proceso.
- B) Establecer las áreas involucradas en los cuellos botella detallando la incidencia de cada una, con el fin de incentivar la creación de estrategias para la optimización del proceso.
- C) Desarrollar las estrategias identificadas involucrando a todas las áreas, con el fin de armonizar el proceso y reducir los tiempos de producción en Colombia.

3. CONTENIDO PLAN DE MEJORA

3.1 Propuesta de Mejora:

Con base en la información existente del proyecto (Lead time total de producción) y en los objetivos planteados se desarrolló lo siguiente:

Con la información existente se había identificado que los cuellos botella del lead time le pertenecían al área de compras Colombia, ya que los tiempos de los proveedores no eran competitivos y generaban demoras en la entrega del producto final, por lo cual se propusieron acciones de mejora y la estudiante las desarrolló de la siguiente manera:

1. Crear un stock de seguridad de insumos en planta PAVCO Colombia: Se hace un análisis del Forecast enviado por Mexichem Perú, así como las ventas anuales de soldadura para establecer propuestas de insumos mínimos en planta. Se realiza la validación física del espacio disponible para poder guardar de manera organizada y segura estas unidades.
2. Crear un stock de láminas impresas: Se hace un análisis del leadtime de producción de uno de los proveedores críticos y se propone que tenga en su fábrica láminas marcadas impresas, para reducir los tiempos de respuesta ante un pedido teniendo en cuenta el análisis anterior de ventas y Forecast.

3. Crear un stock de producto terminado en PAVCO Perú: Se propone a la filial establecer unos mínimos de seguridad basados en su rotación para evitar el desabastecimiento del producto en caso de demoras por parte de PAVCO Colombia.

3.2 Conclusiones:

1. La práctica profesional superó las expectativas ya que permitió que se abordaran temas de todas las índoles, desde lo comercial hasta la cadena de suministro de los productos.
2. Los retos diarios de la operación de exportaciones generan un crecimiento profesional sostenido e incentivan al descubrimiento de sectores económicos desconocidos.
3. El practicante es tenido en cuenta como un integrante más de la compañía, por lo que se le permite participar en la toma de decisiones y generar ideas o cambios para el bien común.
4. La participación en el proyecto “Reducción de los tiempos de envío” logró sintetizar todo el aprendizaje percibido desde el primer día y aplicar todo el conocimiento teórico adquirido durante la carrera profesional.

3.3 Referencias:

- ICONTEC. (22 de 07 de 1998). *NORMA TÉCNICA COLOMBIANA*. Obtenido de <http://web.mintransporte.gov.co/consultas/mercapeli/Reglamento/Anexos/NTC4435.pdf>
- PAVCO. (2017). *PAVCO WAVIN*. Obtenido de <https://pavcowavin.com.co/nuestra-empresa>
- Porter, M. (1987). *Competitive Advantages*. New York: The Free Press.

4. SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL

4.1 Actividades realizadas:

Durante la práctica profesional se desarrollaron las siguientes actividades:

- a) Análisis de mercado. (Competencia, desarrollo de nuevas líneas de producto, utilidad)
- b) Gestión comercial: Contacto directo con el cliente, participación en EXPOCONSTRUCCIÓN 2019, participación en negociaciones con clientes, análisis de precios para generar ofertas competitivas, análisis de márgenes teniendo en cuenta la estructura de costos del producto.
- c) Uso de módulos de SAP como: Ingreso de pedidos, seguimiento de pedidos, cartera, facturación, validación de costos, legalizaciones y generación de informes de ventas.
- d) Análisis de ventas a través de BW (Plataforma gerencial para SAP).
- e) Procesos administrativos como: Solicitud de anticipos para viajes, legalizaciones de cuentas de cobro (Formatos FB 60), legalizaciones de gastos en efectivo y a través de tarjeta de crédito, planificación de viajes comerciales y solicitud de cotizaciones para los mismos.
- f) Seguimiento y autorización de gastos de envíos de muestras comerciales, material POP y algunos documentos respectivos a las exportaciones.
- g) Traducción de catálogos comerciales y técnicos que permiten expandir las posibilidades de hacer negocios en otros países.
- h) Análisis de multas generadas por demoras en las entregas de producto.
- i) Análisis de cartera.
- j) Generación de informes como: Ventas intercompany, información mensual al DANE, ventas mensuales a la gerencia y cartera.
- k) Proceso comercial: Cotización al cliente, pedido, ingreso del pedido, seguimiento de la mercancía, informar al cliente sobre el status logístico de la operación, informar y enviar al cliente Packing List y facturas correspondientes y todos los añadidos del post servicio.
- l) Cubicajes de accesorios y tuberías (Dependiendo de la línea de producto)

4.2 Cumplimiento de Objetivos:

Fecha	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades
Marzo- Abril	<ul style="list-style-type: none"> a. Traducción de manuales. b. Seguimiento a los gastos de envío. c. Análisis de competencia. d. Legalizaciones. e. Análisis de costos 	<ul style="list-style-type: none"> a. Generación de material comercial en inglés. b. Liberación de pendientes críticos como envíos de material POP. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Conocimiento de producto y lenguaje técnico del mismo. b. Familiarización con los clientes y países.
Mayo- Junio	<ul style="list-style-type: none"> a. Contacto comercial con el cliente. b. Cotizaciones. c. Ingreso y seguimiento de pedidos. d. Participación en feria. e. Consolidación de indicadores 	<ul style="list-style-type: none"> a. Comunicación comercial directa en inglés. b. Organización de la información, creando estándares para lograr una comunicación efectiva con el cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Recolección y organización de la información para poder generar indicadores de servicio. b. Manejo por primera vez de la plataforma SAP.
Junio- Julio	<ul style="list-style-type: none"> a. Desarrollo de módulos de SAP como cartera y Backorder. b. Análisis de precios a clientes críticos. c. Manejo comercial de clientes críticos como región Centro América. d. Elaboración de encuestas de satisfacción al cliente para determinar el nivel de servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Generación de formatos estándar para las listas de precios. b. Creación de encuesta de servicios vía Google Docs. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Manejo del tiempo para poder terminar todos los pendientes.
Agosto- Septiembre	<ul style="list-style-type: none"> a. Modulos de SAP como Facturación y generación de Notas crédito. b. Análisis de la cartera. c. Proyecciones de ventas y gastos. d. Generación de informes e. Manejo de la operación comercial 	<ul style="list-style-type: none"> a. Reconocimiento de la operación comercial y logística y actualmente coordinación de todo el proceso de la operación. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Manejo de la presión debido a las responsabilidades dadas. b. Delegación de funciones para hacer más óptimo el tiempo de trabajo.