

Plan de mejora - REDMEYL

Nicolas David Rojas Rojas

Universidad Santo Tomás

Facultad de Negocios Internacionales

Proyecto final grado

Bogotá, D. C.

2023

Plan de mejora - REDMEYL

Autor:

Nicolas David Rojas Rojas

Presentado para optar por el título de Negociador Internacional

Tutor:

Andrés Samper

Universidad Santo Tomás

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá, D. C.

2023

AGRADECIMIENTOS

Durante este largo y conmovedor camino he aprendido muchas cosas que han aportado en mi vida diaria y en el ámbito profesional, el ser cada día una mejor persona y alguien más culto es lo que me llena de motivación y valores para seguir en este camino llamado vida. Agradezco a mis padres por permitirme estar en esta posición, sin la inversión y el apoyo de ellos no hubiera tenido esta gran oportunidad, anexo a esto a cada uno de los profesores que trataron de formarnos de la mejor manera aportando crecimiento profesional y personal, pues ellos son personajes principales en este arduo proceso. Solo me queda dejar mi futuro en manos de Dios y en mi disciplina, sé que esto de la mano de mi buen actuar hará que mi visión en proyectos que se presenten genere oportunidades de calidad de vida tanto a mi como a mi entorno.

Por ultimo destacar y agradecer la preparación que tuve a lo largo de estos 5 años en la Universidad Santo Tomas, pues aparte de todo lo aprendido y de formar alumnos también forman personas, a mi tutor Andrés Samper por escucharme y apoyarme en esta idea la cual sabíamos que era difícil ya que requiere de grandes mentes y la confianza que tengo en mi nunca dejó de estar en pie, finalizo hoy siendo un empleado agradecido, humilde y viviendo el proceso - «Trabaja duro, diviértete y haz historia». **Jeff Bezos** - ya que tengo muy claro que donde inicia un empleado disciplinado nace una persona empresaria.

RESUMEN

Este proyecto tiene como finalidad sustentar una propuesta de mejora hecha para potencializar la empresa REDMEYL con el objetivo de ser más competentes en el mercado. Esta idea de desarrollar un sector comercial que no está consolidado, parte de un campo el cual no ha sido ejecutado por falta de una persona líder o una propuesta estructurada que genere confianza, donde automáticamente la compañía cae en una zona de confort por conformarse con los clientes que manejan actualmente dejando numerosos beneficios sin aprovechar al máximo.

A lo largo del plan de mejora la idea se ira desplegando de una forma más clara y concisa, tocando cada punto de manera ordenada con el fin de presentar un proyecto bien elaborado a futuro.

INTRODUCCION

REDMEYL SAS, es una empresa de mensajería expresa encargada de realizar de manera eficaz los tramites de aduana para permitir la importación o exportación de las mercancías. RED MEYL SAS nace en el año 2018 como una compañía que complementa a otras empresas del holding BRETON LOGISTIC GROUP; la estrategia de los accionistas se basa en optimizar los tiempos de operación que tiene dispuestos la aeronáutica para el desaduanamiento de los envíos que ingresan al país.

Este trabajo se enfoca en mostrar un plan de mejora el cual ayude a potencializar la empresa y esta pueda ser más competitiva en el mercado. Esta idea nace de un proceso laboral el cual duro 6 meses y de un constante análisis de opciones que brindaran una mejora a la empresa, consiste en diseñar un área comercial la cual sea encargada de posicionar a la empresa y de atraer licitaciones, clientes potenciales, aprovechando así gran cantidad de virtudes que se tienen frente a la competencia en términos de tarifa y tiempos de importación.

TABLA DE CONTENIDO

Agradecimientos	3
Resumen	3
Introducción.....	4
1. La empresa	6
1.1 Aspectos Generales	6
1.1.1 Misión, visión, valores	6
1.1.2 Ubicación Geográfica.....	6
1.1.3 Estructura Organizativa.....	7
1.1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica	7
1.1.4.1 Análisis DOFA	8
2. Planteamiento de plan de mejora respecto a las prácticas profesionales.....	9
2.1 Planteamiento central del informe	9
2.2 Alcance del trabajo prácticas profesionales.....	9
2.3 Objetivo General	10
2.3.1 Objetivos Específicos	10
3. Contenido plan de mejora.....	10
3.1 Propuesta de Mejora.....	10
3.2 Conclusiones.....	12
3.3 Bibliografía.....	13
3.4 Anexos.....	13
4. Seguimiento práctica profesional.....	14
4.1 Programación de actividades realizadas en la organización.....	14
4.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes	15
4.1.1.1. Ciclo1 y 4.1.1.2. Ciclo2.....	15
4.1.1.3. Ciclo3 y 4.1.1.4. Ciclo4.....	15

LA EMPRESA.

1.1 Aspectos Generales

1.1.1 Misión, Visión y Valores

Misión; La familia Red Meyl SAS es líder en el transporte y distribución aéreo, marítimo y terrestre de mensajería expresa y carga a nivel nacional e internacional. Garantizando a nuestros clientes un servicio efectivo, seguro y transparente. (REDMEYL, 2018)

Visión: Globalmente ser la empresa más reconocida de transporte aéreo, marítimo y terrestre en la distribución de mensajería expresa y carga, garantizando un servicio efectivo, de mejora continua, transparente, seguro e innovador que nos permita fidelizar a nuestros usuarios. (REDMEYL, 2018)

Valores:

Respeto

Puntualidad

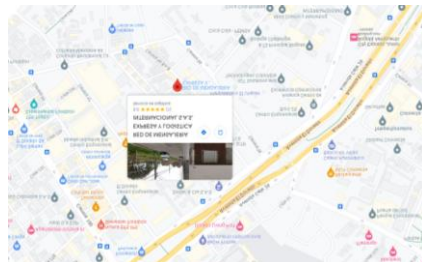
Lealtad

Responsabilidad

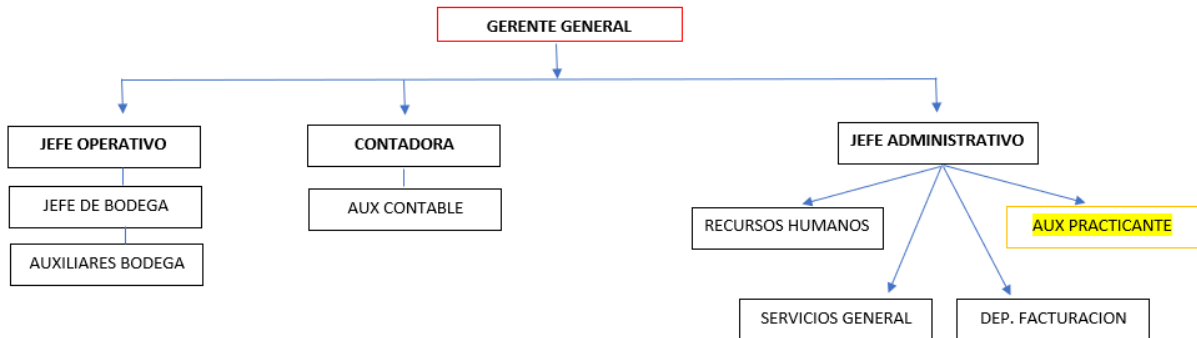
Honestidad

1.1.2 Ubicación Geográfica: Calle 25C Bis A No 96 – 76 / CP: 110911

REDMEYL está localizada en la ciudad de Bogotá, exactamente en la localidad de Fontibón, estratégicamente ubicada cerca al Aeropuerto Internacional El Dorado; debido a su operación logística esta cercanía facilita labores en su proceso logístico, minimizando tiempos en los trayectos y optimizando los diferentes procesos.



1.1.3 Estructura Organizativa



Nota: Elaboracion propia.

Este organigrama representa el orden jerárquico en temas laborales en la empresa REDMEYL SAS, resaltando así el área administrativa -ciclo 3 y 4 el cual es explicado en el apartado 4.1.1- como la labor específica en el momento de hallar el problema y poner en marcha la propuesta de mejora.

1.1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica

En la práctica laboral se pasaron por diferentes departamentos, iniciando en el operativo y finalizando la mayoría del ciclo en el administrativo, en el ítem 3.1 y 3.1.1 se explicará con mayor profundidad para un claro entendimiento.

1.1.4.1 Análisis DOFA

FORTALEZAS (+)		DEBILIDADES (-)		OPORTUNIDADES (+)		AMENAZAS (-)	
1	Tiempos de entrega	1	Falta de reconocimiento en el mercado	1	Posibilidades exponenciales de crecimiento.	1	Área de Casillero
2	Certificación para el desaduanamiento de mercancía.	2	Nula visibilidad en redes sociales.	2	Internacionalizar la empresa (sedes en el extranjero)	2	Dominio de grandes competidores con más reconocimiento en el mercado.
3	Tarifas preferenciales en el mercado	3	Poco crecimiento de clientes (personas jurídicas y naturales)	3	Atraer más clientes debido al gran potencial con el que cuenta la empresa.	3	Otras empresas aduaneras las cuales son competencia directa.
4	Facilidad de importar mercancía a diario.	4	Ausencia del área comercial	4	Mercados por explorar.	4	Retrasos de la mercancía por inconvenientes de las aerolíneas.

Nota: Las debilidades anteriormente resaltadas son las principales razones de dicho plan de mejora.

Planteamiento de plan de mejora respecto a las prácticas profesionales

2.1 Planteamiento central del informe

El planteamiento del plan de mejora nace de una problemática la cual se sabe que hay en la empresa, pero no se toma el riesgo de ejecutar por falta de personal con conocimiento y sobre todo de confianza, se basa en diseñar un área comercial para que a futuro cercano se llegue a una implementación de ella, con una buena visibilidad digital y vendedores especializados en el manejo de clientes e-commerce, similares a los que ya maneja la compañía y que la operación logística que ya se tiene implementada se ajuste a estos nuevos clientes; anexo a esto llevando de la mano la creación de un casillero el cual ofrezca mayor expansión y diversidad de ingresos para la empresa.

Este proyecto brota durante el lapso entre el ciclo 2 y 3 -se puede observar en el ítem 4.1.1- donde se evidencia la problemática y se pone en marcha la planificación de la idea.

2.2 Alcance del trabajo de prácticas profesionales

Se divide de la siguiente manera:

- Definir el presupuesto que se desea obtener para el año de implementación de la mejora.
- Definir la meta de ventas para los nuevos comerciales especializados en el área.
- Definir condiciones salariales, estas deben ser acordes al presupuesto y a las metas que se definieron.
- Perfil de los comerciales.
- Seguimiento del desempeño comercial.
- Penetrar el mercado digital con el fin de ampliar nuestra participación y reconocimiento.

2.3 Objetivo general:

- Diseñar el área comercial de la compañía para un mejor posicionamiento de la empresa en el mercado.

2.3.1 Objetivos específicos:

1. Contratar vendedores especializados en el área comercial con el fin de atraer más clientes y licitaciones.
2. Establecer un plan para superar las ventas anuales obtenidas llevando una correcta planificación en el ámbito comercial.
3. Diseñar un servicio post venta el cual nos ayude en la relación con el cliente para una fidelización de este.
4. Implementar el uso inteligente y estratégico de redes sociales para una mayor visibilidad de la compañía.

3. Contenido plan de mejora

3.1 Propuesta de mejora

De acuerdo con el contenido del plan de mejora, se establece la propuesta de la siguiente manera:

- 1. Definir el presupuesto que se desea obtener para el año de implementación de la mejora.**

De acuerdo con información suministrada por el gerente de la compañía, en el último año se tuvo ventas superiores a los 4.200 millones de pesos, se pretende generar nuevos ingresos del 30% para el próximo año con la nueva fuerza comercial.

2. Definir la meta de ventas para los nuevos comerciales especializados en el área.

Teniendo en cuenta el crecimiento que se espera tener para la compañía (30%) que equivalen a 1.260 millones de pesos, se sugirió contratar a 3 comerciales experimentados a los cuales se les dividirá el presupuesto por partes iguales de 420 millones, la idea de contar con vendedores experimentados es que cada uno de ellos cuente con su base de datos que puedan sumarse rápidamente a la cartera de la compañía.

3. Definir condiciones salariales, estas deben ser acordes al presupuesto y a las metas que se definieron.

Indagando en el sector se encontró que un salario acorde para vendedores experimentados esta con un básico de 2.000.000 más comisiones las cuales serán definidas por la compañía.

4. Perfil de los comerciales

Vendedores con experiencia mínima de 5 años en compañías del sector logístico especializadas en ventas de e-commerce, profesionales titulados con bases fuertes de inglés.

5. Seguimiento del desempeño comercial.

Se realizarán mediciones mensuales a la fuerza comercial, con el fin de evaluar su desempeño, fortalezas y opciones de mejora en base a la meta asignada. «Haz un cliente, no una venta». **Katherine Barchet**

6. Penetrar el mercado digital con el fin de ampliar nuestra participación y reconocimiento.

En la nueva era digital es innegociable no tener participación en ella, pues estamos en un punto donde lo tecnológico es la vía del futuro, por ende, la compañía debe tener presencia en las diferentes fuentes de reconocimiento tales como sitios web y redes sociales.

3.2 Conclusiones

¿en qué va el proyecto?

Actualmente la proyección de este plan de mejora es bastante prometedora ya que no solamente ha gustado el proyecto si no que se ha logrado consolidar un equipo de trabajo -el cual va en crecimiento- en el área comercial logrando un avance de manera pausada pero eficiente, donde se evidencie el progreso sin arriesgar de manera descabellada.

En la actualidad se ha ejecutado un servicio postventa -informe mensual- el cual nos ha ayudado a fidelizar y a tener un acercamiento con los clientes de manera más periódica, logrando así una satisfacción ya que sienten que tienen más relevancia en la compañía, dándole a entender a el cliente que tener una fuerza comercial no es únicamente generar una venta si no también una postventa

Hoy por hoy soy una prueba piloto con la que la gerencia ve los resultados progresivos de tener un sector comercial, viendo así los cambios y recibiendo comentarios muy positivos de tener una persona que este atenta en las necesidades y requerimientos que surgen día a día. Anexo a esto, se logró contratar un community manager el cual está enfocado en la implementación de contenido y renovación digital de la compañía de la mano de una persona la cual está encargada de atraer clientes logrando así un avance y un progreso en conjunto acercándonos poco a poco a la meta final.

Cabe destacar que una de las razones por la que se decide empezar a proyectar esta idea es porque se tuvo una conversación con el gerente de la compañía (accionista de ella) donde manifestaba su preocupación por no seguir expandiéndose sabiendo así el potencial de la compañía para hacerlo, pues el modelo de negocio que maneja la empresa desde años anteriores es algo muy diferente a la propuesta descrita. Un plan de mejora ambicioso a futuro en vistas de atraer más público sacando de la zona de confort en la que está la compañía por los ingresos que maneja actualmente. «Un trato cortés hará que un cliente sea publicidad andante». **James Cash Penney**

3.3 Bibliografía

Colombiana, C (2022) Cámara colombiana de comercio electrónico. Obtenido de <https://www.ccce.org.co/noticias/el-ecommerce-en-colombia-esta-en-ascenso-sus-proyecciones-para-cierre-de-ano-son-positivas/>

Martínez, C. (2021) Universidad de Alicante. Obtenido de <https://www.unniun.com/funciones-del-departamento-comercial-carlos-martinez-sirho-helmets-master-en-direccion-y-gestion-de-empresas-universidad-de-alicante-mde/>

REDMEYL. (2022) Red de mensajería expresa y logística. Obtenido de <https://www.redmeyl.com/home/nosotros/>

REDMEYL. (2023) Red de mensajería expresa y logística. Obtenido de <https://www.redmeyl.com/home/>

3.4 Anexos

Figura 1. Estructura Organizativa en la empresa laborada

Nota: Elaboración propia

Nota: Las debilidades anteriormente resaltadas son las principales razones de dicho plan de mejora.

4. Seguimiento de práctica profesional

4.1 Programación de actividades realizadas en la organización

En el transcurso de las prácticas laborales, crecimos desde cero, pasando por cada una de las áreas de la empresa REDMEYL facilitando así el entendimiento del entorno desde la parte operativa hasta la parte administrativa; en este orden de ideas resaltamos las funciones hechas en los ciclos laborados:

- Aplicación de tarifas a clientes.
- Pruebas de entrega.
- Informe mensual validando el peso, tarifa y tasa de cambio por cliente.
- Código postal por equivalencias.
- Seguimiento a embarques de importación (tracking)
- Relación guías ley 1581.
- Apoyo en el sector operativo y logístico.
- Acercamiento hacia el manejo de tarifas, impuestos, mercancía apta etc.

Al pasar por cada una de las áreas de la compañía hacen que el aprendizaje sea más enriquecedor, pues se conoce más de cerca cada uno de los procesos por los que tiene que pasar un paquete para poder ser entregado, desde que llega hasta que se despacha y el trabajo que hay detrás en términos administrativos para que este tenga un sustento legal.

Por último, en cada ciclo laborado, estuve en las diferentes áreas adquiriendo así un conocimiento a nivel general del funcionamiento de la compañía donde en el ciclo final pude notar un estancamiento de la empresa en términos de clientes por falta de un sector comercial.

Ciclo	Fecha de inicio	Actividades	Dificultades
Ciclo 1	18 septiembre	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación aeroportuaria. • Carga de mercancía. • Cambios de modalidad. 	Conteo de cajas en términos de relación con la mercancía recibida.
Ciclo 2	16 octubre	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación Logística. • Despacho de carga. • Verificación de Guías y Masters. • Pistoleo código de barras. • Despacho de mercancía. 	No fue dificultad, pero si era de mucho cuidado tener el debido orden para hacer el correcto despacho hacia los principales clientes.
Ciclo 3	01 diciembre	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación administrativa. • Manejo de servidor (Código postal, guías, tracking etc) • Pruebas de entrega. • Informe mensual. 	En ocasiones el servidor fallaba y esto retrasaba el trabajo.
Ciclo 4	01 febrero	<ul style="list-style-type: none"> • Manual de facturación. • Capacitación de tarifas de venta. • Capacitación impuestos, mercancía, etc. • Atención a clientes (llamadas) 	Falta de un sector comercial estructurado.

4.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes