

Plan de Mejora Prácticas Profesionales

Estandarización Documental y Fortalecimiento Comercial

Bolsa Mercantil de Colombia S.A.

Sara Ximena Morales Quevedo

Trabajo final de grado

Para obtener el título de Profesional en Negocios Internacionales

Tutor:

Miguel Antonio Alba Suarez

Universidad Santo Tomás

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá, Colombia

2025

Resumen

El presente documento, resultado de la práctica profesional, fue desarrollado en la Vicepresidencia Comercial y Desarrollo de Producto de la Bolsa Mercantil de Colombia S.A., particularmente en la Dirección Comercial de Negocios Privados y Factoring. A lo largo del proceso, se identificaron hallazgos emitidos por auditoría interna relacionados con la desactualización de los manuales comerciales, inconsistencias en la matriz de riesgos y debilidades en el plan comercial del año 2025. Estas fallas generaban riesgos operativos y comerciales, y reflejaban una desconexión entre los documentos institucionales y la operación real de los productos bursátiles promovidos por el área.

En respuesta a esta situación, se diseñó un plan de mejora con el objetivo de estandarizar la documentación comercial, integrar el portafolio completo de productos y establecer una ruta de revisión periódica. Esta propuesta se estructuró en cuatro etapas: diagnóstico documental, validación con áreas de apoyo, estandarización de manuales y aprobación por parte de los comités internos, con el fin de desarrollar una ruta metodológica para implementar internamente en la vicepresidencia. Como resultado, se lograron actualizar cinco manuales, la matriz de riesgos y el plan comercial de la vicepresidencia, los cuales fueron aprobados en auditoría externa sin hallazgos adicionales.

Palabras claves: Factoring, Financiación no Bancaria, Mercados Eficientes, Sociedades Comisionistas de Bolsa, Mercado Bursátil.

Agradecimientos

Este camino maravilloso por el que he transitado los últimos 4 años me han acompañado personas especial a las cuales les debo este logro académico. Primeramente, le agradezco a Dios por darme la sabiduría y la valentía para afrontar los diferentes retos que me permitieron llegar a culminar con gran esfuerzo la meta que un día me propuse. Le agradezco profundamente a mis padres por siempre apoyarme y por impulsarme a ser mejor persona, estudiante y ahora profesional. A mi hermana Paola le agradezco por ser mi ejemplo a seguir y mi motivación diaria, por demostrarme que lo más importante que tenemos somos nosotras mismas y que en el momento en que fuera iba a estar para mí.

Un agradecimiento especial a los docentes de la facultad de negocios internacionales quienes recuerdo con cariño y gratitud por todos los conocimientos y aptitudes que obtuve gracias a ustedes. Gracias por el acompañamiento y confianza que me brindaron desde primer semestre porque ahora puedo enfrentarme a un mundo siendo una persona con valores, criterio y habilidades que me permiten ser profesional humana.

Gracias a los que durante el camino se convirtieron en amigos, sin ustedes este aprendizaje no hubiera sido tan gratificante, gracias por los recuerdos, anécdotas, risas e incluso los disgustos que vivimos, espero seguir contando con personas tan maravillosas como ustedes llenas de amor y energía que me motivan a ser mejor cada día.

Finalmente, un agradecimiento a la Bolsa Mercantil de Colombia por abrirme las puertas a tan importante empresa. Gracias en especial a la Vicepresidencia Comercial y Desarrollo de Producto por permitirme desarrollar mis habilidades y conocimiento adquiridos y en especial a mi director Yules Fabian Cruz García por guiarme en este proceso y confirmarme un proyecto tan importante para la organización.

Introducción

La Bolsa Mercantil de Colombia (BMC) es una entidad del sector financiero especializada en la organización de mercados institucionales para la negociación de bienes, servicios y títulos, bajo principios de transparencia, trazabilidad y cumplimiento normativo. A través de sus plataformas bursátiles, promueve mecanismos de financiación no bancaria y alternativas comerciales eficientes tanto para entidades públicas como privadas, consolidándose como una solución confiable dentro del sistema financiero colombiano.

En este contexto, la práctica profesional se llevó a cabo en la Vicepresidencia Comercial y Desarrollo de Producto, en la Dirección Comercial de Negocios Privados y Factoring. Esta área tiene como objetivo estructurar y promocionar los productos y servicios del área especialmente Atra-e Mercado Bursátil de Facturas Electrónicas, dirigido a facilitar el acceso a liquidez, dinamizar la comercialización y fortalecer el uso de herramientas bursátiles en diferentes sectores del país.

Durante el desarrollo de la práctica, se identificaron hallazgos emitidos por auditoría que evidenciaban debilidades en la documentación institucional del área, tales como la desactualización de manuales comerciales, inconsistencias en la matriz de riesgos y falencias en el plan comercial del año 2025. Esta situación generaba una desconexión entre la operación real de la vicepresidencia y los documentos que soportan su gestión, afectando tanto la eficiencia interna como el cumplimiento normativo ante entes de control como la Superintendencia Financiera de Colombia.

Frente a este escenario, se diseñó un plan de mejora enfocado en actualizar, estandarizar y articular los instrumentos documentales con la estrategia institucional y la operación vigente. El presente informe describe el diagnóstico realizado, los objetivos propuestos, la ruta de mejora implementada y los resultados alcanzados, como un aporte para fortalecer la capacidad organizacional y garantizar la sostenibilidad documental de la BMC.

Tabla de contenido

Resumen.....	2
Agradecimientos	3
Introducción	4
1. Bolsa Mercantil de Colombia	6
1.1. Aspectos Generales.	6
1.1.1. Misión, Visión y Valores.....	6
1.1.2. Ubicación Geográfica.	7
1.1.3. Estructura Organizativa	7
1.1.4. Departamento donde se desarrolló la práctica.	7
2. Planteamiento del plan de mejora respecto a las prácticas profesionales	10
2.1. Planteamiento central	10
2.2. Importancia, limitaciones y alcance	10
2.2.1. Importancia	10
2.2.2. Limitaciones	11
2.2.3. Alcance	11
2.3. Objetivo General	11
2.3.1. Objetivos Específicos	11
3. Plan de Mejora	12
3.1. Propuesta de Mejora de la Práctica	12
3.2. Conclusiones	14
Referencias.....	15
4. Seguimiento práctica profesional.....	15
4.1. Resumen de actividades realizadas	15
Anexos	16
Anexo 1	16
Anexo 2	16

1. Bolsa Mercantil de Colombia

1.1. Aspectos Generales.

La Bolsa Mercantil de Colombia (BMC) es una entidad del sector financiero y bursátil especializada en la negociación de bienes, servicios y commodities de los mercados agropecuarios, industriales, energéticos, entre otros. La BMC fue fundada en 1979 bajo el nombre Bolsa Nacional Agropecuaria (BNA) con el propósito de brindar alternativas de financiación en un mercado seguro y transparente. Es así como en el 2010 cambia de razón social a la BMC consolidándose en el mercado por facilitar la realización de operaciones de compra y/o venta para entidades públicas y privadas, así como mecanismos de negociación como el mercado de compras públicas, mercado de comercialización entre privados registro de facturas, entre otros servicios financieros especializados.

La BMC está vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), dando cumplimiento y veracidad de la transparencia que ofrecen en el mercado. Esto, impulsó a la Bolsa a explorar diferentes mercados, creando así la filial “Conexión Energética” que busca impulsar el mercado energético eficiente en Colombia. La bolsa con su propósito de ser un actor clave en el sector financiero colombiano está implementando en sus procesos una transformación digital, fortaleciendo sus canales de atención y expandiéndose con sus servicios para mejorar la competitividad y el reconocimiento en el mercado nacional.

1.1.1. Misión, Visión y Valores.

Misión

Según, Bolsa Mercantil de Colombia. (2024), su propósito es aportar al desarrollo sostenible del país y generar valor, gestionando y facilitando mercados transparentes y mecanismos de financiación alternativos al sistema bancario.

Visión

Para el año 2026, la Bolsa Mercantil de Colombia proyecta consolidarse como la principal plataforma de financiación no bancaria del país, desempeñando un rol estratégico en los mercados energéticos y en la creación de escenarios de negociación eficientes. Su reconocimiento se basará en la confiabilidad de las transacciones, la provisión de información clara y oportuna, así como en una gestión orientada a la sostenibilidad.

Valores

Según, Bolsa Mercantil de Colombia. (2024), los valores con los que se identifica y promueve son la seguridad, independencia, confianza, eficiencia y oportunidad.

1.1.2. Ubicación Geográfica.

La Bolsa Mercantil de Colombia – BMC tiene su sede principal en Bogotá D.C., ubicada en el edificio Teleport Business Park, específicamente en la Calle 113 No. 7-21, Torre A, Piso 1.

Ilustración 1 Ubicación geográfica de la Bolsa Mercantil de Colombia S.A.

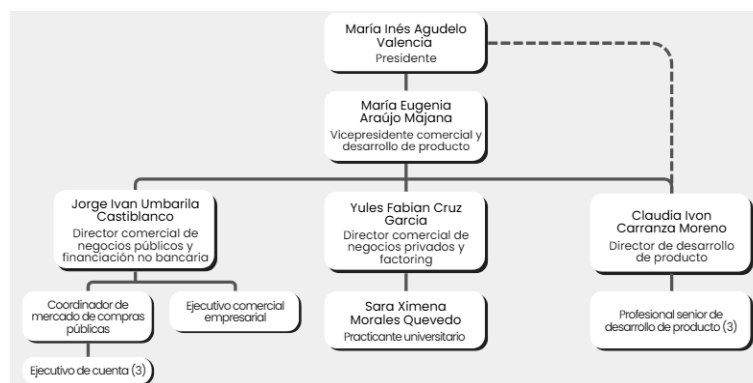


Nota: Mapa de la ubicación del edificio Teleport BusinessPark sede de la BMC. Adaptado de (Google Maps, 2024)

1.1.3. Estructura Organizativa

El organigrama ilustra la estructura organizacional del área en que se desarrolló la práctica profesional.

Ilustración 2 Organigrama de la Vicepresidencia Comercial y Desarrollo de Producto



Nota: Elaboración propia del organigrama de la Vicepresidencia Comercial y Desarrollo de Producto en donde se desarrolló la práctica. (2025).

1.1.4. Departamento donde se desarrolló la práctica.

La Dirección Comercial de Negocios Privados y Factoring hace parte de la vicepresidencia comercial de la BMC, esta área tiene como propósito promocionar los

diferentes mercados que se manejan en la organización, estructurando diferentes alternativas de financiación y soluciones bursátiles que estén acorde a los perfiles públicos y privados que buscan impactar, fomentando en su gestión la eficiencia, transparencia y seguridad que impulsa la BMC para fortalecer las relaciones comerciales. En esta dirección se promociona el Mercado de Comercialización entre Privados (MERCOP), Repos sobre CDM, Registro de Facturas y Atra-e Mercado Bursátil de Facturas, sin embargo, la práctica se enfocó en el apoyo a la dirección para impulsar este último producto.

Atra-e es un producto de financiación no bancaria de la bolsa que facilita la venta de facturas electrónicas como título valor permitiendo que los proveedores obtengan liquidez de manera anticipada al negociar. Los inversionistas interesados compran estos títulos para generar rentabilidad con tasas competitivas, beneficiándose de la oferta de valor del mercado bursátil como el principio de finalidad y la optimización operativa. El pagador obtiene optimizaciones tributarias que convierten este producto como un referente en el sector del factoring. Los proveedores e inversionistas son representadas por una de las diez Sociedades Comisionistas de Bolsa (SCB) aliadas a la BMC que garantizan y median por los clientes en el mercado bursátil.

Se implementaron procesos comerciales orientados a fortalecer el ecosistema de Atra-e, lo cual incluyó la gestión de clientes, la articulación con las SCB, la actualización de información comercial y el análisis de procedimientos internos. Este trabajo permitió apoyar a la dirección en la validación de la viabilidad de los participantes, así como en la evaluación del nivel de riesgo. De igual manera, se contribuyó en la Vicepresidencia Comercial y Desarrollo de Producto el acompañamiento en la detección de mejoras en la documentación y los procesos operativos señalados en auditoría. Dichos insumos fueron esenciales para estructurar el plan de mejora que dio origen a este proyecto.

1.1.4.1. Análisis DOFA.

Tabla 1 Análisis DOFA Vicepresidencia Comercial y Desarrollo de Producto de la BMC

Matriz DOFA	Oportunidades	Amenazas
Vicepresidencia Comercial y Desarrollo de Producto	○ Creciente demanda de alternativas de financiación no bancaria por parte de las empresas, además de cumplir con un marco normativo	○ Variedad de plataformas con gran trayectoria y tiempos de operación flexibles más atractivos y las barreras tecnológicas que existe especialmente

	favorable como respaldo. ○ Modernización y digitalización de los procesos comerciales para las entidades públicas y privadas por medio de plataformas controladas por la entidad.	con los productores pequeños. ○ Cambios normativos generados por la SFC que modifiquen o afecten el funcionamiento de los productos promocionados en Bolsa.
Fortalezas	Estrategia FO	Estrategia FA
○ Respaldo institucional por parte de la SFC lo que certifica a la BMC como una entidad transparente, confiable y regulada constantemente. ○ Amplio portafolio de productos y servicios enfocados para todos los sectores con plataformas funcionales que facilitan la trazabilidad de los procesos.	○ Brindar visibilidad al portafolio por medio de campañas digitales o capacitaciones educativas que posicionan a la BMC como una solución eficiente. ○ Crear rutas comerciales que faciliten el acceso tanto a la información como a las plataformas implementadas para la financiación no bancaria.	○ Fortalecer el discurso comercial promocionando el respaldo por parte de la SFC con el fin de utilizarlo como diferencial frente a otras entidades. ○ Formalizar alianzas con gremios o entidades públicas y privadas para promover los productos y servicios ofertados y las plataformas funcionales.
Debilidades	Estrategia DO	Estrategia DA
○ Los documentos y matrices pertenecientes a la vicepresidencia comercial no son actualizados periódicamente ni cuentan con todos los productos que se promocionan. ○ Poca visibilidad del funcionamiento de la Bolsa y los productos que se ofertan en este escenario dificultando el acceso a estos mecanismos por parte de los potenciales clientes de	○ Realizar una mejora documental mencionando las características y procesos internos de la vicepresidencia, además de los manuales de funcionamiento de los productos nuevos y antiguos. ○ Diseñar estrategias de comunicación enfocadas a aquellos productores del sector agropecuario, minero, gas, entre otros, utilizando como enfoque el apalancamiento financiero que ofrece la	○ Implementar en la mejora de los documentos la conexión normativa vigente con el propósito de evitar futuras modificaciones y hallazgos por parte de auditoría. ○ Atraer por medio de estrategias comerciales a clientes potenciales de distintos sectores y capacitarlos en el uso y beneficio de las plataformas implementadas por la Bolsa para transar bienes

distintos sectores del país.	Bolsa.	y servicios.
------------------------------	--------	--------------

Nota: Elaboración propia de la matriz DOFA. (2025).

2. Planteamiento del plan de mejora respecto a las prácticas profesionales

2.1. Planteamiento central

Durante la entrega de información y funcionamiento del área y de la Bolsa, se evidenció una falla estructural en los documentos pertenecientes a la Vicepresidencia Comercial y Desarrollo de Producto, debilidad que fue confirmada en los hallazgos entregados al área por la auditoría interna. Los documentos no contaban con el portafolio completo de los productos y servicios ofertados, además, se encontraron inconsistencias en la matriz de riesgos, el plan comercial del 2025 y la caracterización de la gestión comercial. Esto desencadena no solo hallazgos por parte de auditoría, sino representa riesgos operativos y comerciales que afectan el desarrollo óptimo de las labores internas en la vicepresidencia.

Teniendo en cuenta el enfoque de la teoría Gestión de Procesos de Negocio (BPM), anteriormente estudiada durante la carrera, el cual propone que los procesos de una organización deben ser modelados, medidos y mejorados continuamente para aumentar la eficiencia y alineación con las estrategias de la organización, se plantea para el área estandarizar los manuales, adecuar la matriz y el plan de acuerdo con las actividades y regulaciones vigentes con el fin de dar atención a los ajustes solicitados por auditoría y mantener la documentación institucional acorde con las operaciones actuales.

2.2. Importancia, limitaciones y alcance

2.2.1. Importancia

Una documentación clara y alineada con la operatividad que se realiza en la actualidad fortalece la gestión comercial de la vicepresidencia y garantiza la transparencia en los procesos internos y externos. La coherencia entre la operación comercial y la documentación institucional no solo optimiza y hace más eficiente la labor de la vicepresidencia en la organización, sino que da respuesta al cumplimiento normativo ante los entes de control que son los auditores y la SFC que certifican la funcionalidad de los mecanismos de financiación que se promocionan en la Bolsa.

2.2.2. Limitaciones

La principal limitación identificada fue el desconocimiento por parte del área sobre los procesos de actualización de los documentos, manuales y matrices de la vicepresidencia comercial. Por otro lado, las actividades propias de la gestión comercial que llevan a cabo los directores de la vicepresidencia limitan la disponibilidad para cumplir con la labor de actualización y estandarización de los documentos internos. A causa del poco conocimiento frente a los procesos de actualización, se requiere de personal capacitado y con las habilidades necesarias para cubrir esta labor.

2.2.3. Alcance

Atendiendo a los hallazgos determinados por los auditores se propuso estrategias concretas que permitieran la actualización y estandarización de los documentos evitando futuros hallazgos por parte de los entes reguladores. Este proyecto fue completamente ejecutado con los cambios solicitados que posteriormente fueron aprobados en comité y en auditoría externa logrando así fortalecer la ruta a implementar en futuros hallazgos y las capacidades organizacionales para atender dichas solicitudes evitando incurrir en riesgos operativos y comerciales.

2.3. Objetivo General

Diseñar una propuesta de estandarización documental para la Vicepresidencia Comercial y Desarrollo de Producto que articule la estrategia institucional, los procesos operativos y normativos con el fin de mejorar la concordancia y actualización del material utilizado para la gestión comercial.

2.3.1. Objetivos Específicos

1. Identificar las inconsistencias, desactualización y omisiones que presentan los manuales de la vicepresidencia.
2. Establecer un esquema de revisión y actualización periódica teniendo en cuenta los mecanismos de control para asegurar su coherencia frente a los entes reguladores.
3. Identificar con antelación los requerimientos normativos y comerciales que deben estar expuestas en la documentación para su debida actualización.

3. Plan de Mejora

3.1. Propuesta de Mejora de la Práctica

Dando respuesta a los hallazgos entregados por auditoría interna respecto a la desactualización e inconsistencias en los documentos de la Vicepresidencia Comercial y Desarrollo de Producto, se propone una estrategia de mejora enfocada en la actualización, estandarización y ruta metodológica que posteriormente fue implementada y trazada en el área. Esta propuesta busca atender las fallas para dar respuesta a los entes reguladores y estipular las estrategias comerciales de la vicepresidencia que estén acorde con la oferta de valor que se plantea en la organización. La mejoría va encaminada a que los documentos atiendan la operación actual del área junto con los requerimientos normativos para los productos de cada mercado. Este proceso consta de 4 etapas descritas en el flujograma del **anexo 1**, que fue insumo relevante para llevar a cabo su correcta implementación.

En la primera etapa se realiza un diagnóstico documental en donde se desarrolló una revisión detallada de los documentos cargados en el sistema documental, Almera. Se identifican aquellos vacíos respecto a los productos y servicios nuevos, la desactualización frente a los nombres de las direcciones o las actividades que se realizan internamente. Para esto, se realiza una reunión con los directores comerciales de la vicepresidencia para validar las actividades vigentes, la información descrita en la última versión del documento y las normas que regulan cada producto o servicio. De la misma manera, junto con la auditora encargada se identifica la causa raíz de los hallazgos y se establecen los lineamientos y tiempos de entrega.

Posteriormente se da inicio a la segunda etapa en donde se programan reuniones con las respectivas áreas de apoyo. En primer lugar, se realiza una reunión con los encargados del área de riegos para realizar los cambios solicitados en la matriz correspondiente y cargar la versión actualizada en el software de prevención de riesgos, Pirani. Luego, se programa reunión con el área de Arquitectura de Procesos en busca de insumos y metodología para realizar los ajustes en la caracterización y los cinco (5) manuales de la vicepresidencia comercial. Finalmente se reúnen los directores comerciales con la vicepresidenta del área para ajustar el plan comercial del 2025.

En la tercera etapa se integran las modificaciones estipuladas desde Arquitectura de Procesos haciendo uso de la plantilla institucional, para esto, junto con los directores comerciales, se desarrolla la propuesta de estandarización documental específicamente para

los manuales comerciales en donde se describen las labores de promoción de los productos ofertados en Bolsa. Es así como el “Manual de lineamientos de la actividad comercial en el Mercado de Compras Públicas (MCP)” pasó a ser “Manual de lineamientos de la actividad comercial en Mercados Eficientes” integrando las labores que se realizan en el MCP y en MERCOP.

Por otro lado, el “Manual para la gestión comercial registro de facturas, operaciones del mercado abierto y mercado de físicos” se estandarizó como “Manual para la gestión comercial financiación no bancaria” en donde se describen las actividades de promoción de las OIG’s, SIMM, Repo sobre CDM, registro de facturas y Atra-e. Adicionalmente, para cada manual se desarrolla un anexo en donde se especifica qué productos y servicios hacen parte de cada mercado y su respectiva definición. Respecto a los tres (3) manuales faltantes y la caracterización se realizaron ajustes de forma, actividades vigentes y actualización de nombres de cargos de la vicepresidencia.

En la cuarta etapa, los directores comerciales revisaron y validaron los ajustes implementados en los manuales a su cargo para posteriormente realizar la entrega formal al área de Arquitectura de Procesos. Una vez suministrada la retroalimentación por parte de esta área sobre la primera entrega, se realizaron los ajustes solicitados y se remitieron al comité documental la versión actualizada de cada manual. Tras la aprobación emitida por el comité, los documentos fueron presentados en la auditoria del ICONTEC llevada a cabo el 02 de Julio del presente año, en donde aprueban la gestión implementada y no se reportan nuevas inconsistencias o fallas internas en el área.

Como resultado de esta implementación, se evidenciaron importantes ahorros operativos. La estandarización y actualización de los documentos permitió optimizar los tiempos de respuesta de las áreas involucradas, reduciendo los reprocesos debido a la falta de alineación entre la documentación y la operación real. Esta gestión que se llevaba a cabo durante 4 meses fue desarrollada e implementada durante un mes, facilitando el trabajo de los directores comerciales al contar con manuales claros y articulados con la estrategia institucional, y la carga operativa en labores repetitivas y mejoró la eficiencia interna. Adicionalmente, el cumplimiento oportuno de los requerimientos y aprobaciones emitidas en las auditorías representaron un ahorro significativo en términos de recursos, al evitar sanciones, reprocesos correctivos y posibles riesgos reputacionales ante los entes de control.

3.2. Conclusiones

La experiencia profesional en la Bolsa Mercantil de Colombia permitió comprender el funcionamiento del mercado bursátil y como estas oportunidades de negocio promueven el crecimiento económico por medio de las alternativas de financiación no bancaria, enfocadas al sector empresarial con mayor énfasis en el sector agroindustrial teniendo en cuenta su naturaleza. Internamente en la Dirección Comercial de Negocios Privados y Factoring, se desarrollaron habilidades comerciales con el fin de crear alianzas no solo con potenciales clientes sino con los aliados de la Bolsa, las SCB, a su vez, el apoyo en la promoción de Atracción Mercado Bursátil de Facturas, permitió la creación de estrategias para la obtención de datos de contacto efectivos, análisis de los balances financieros y de crédito para verificar la solidez de las empresas, contribuyendo al desarrollo de habilidades que hicieron posible aplicar en un entorno real los conocimientos adquiridos durante la formación académica.

El apoyo brindado en la vicepresidencia comercial permitió proporcionar una solución a los hallazgos encontrados en auditoría. A partir de estos ajustes solicitados, se logró fortalecer la ruta metodológica a implementar para actualizar los documentos, manuales y matrices. Esto, con el fin de mantener la concordancia entre las labores de las direcciones comerciales, la documentación institucional y las normativas que habilitan el funcionamiento de los productos y servicios de bolsa. Como resultado de esta gestión, se generaron mejoras en la eficiencia operativa, lo que permitió optimizar tiempos de respuesta atendiendo los requerimientos en un mes y reducir reprocesos que se llevaban a cabo durante meses entre auditorías y facilitó la labor de los directores comerciales, disminuyendo la carga operativa y evitando posibles inconsistencias, lo que a su vez representó un ahorro importante en recursos y un mejor cumplimiento.

Finalmente, este proyecto representa la experiencia vivida y los logros adquiridos gracias al trabajo llevado a cabo en la vicepresidencia como en el trabajo interdisciplinario que se implementó para desarrollar con éxito este proyecto de grado. Las competencias adquiridas y las que se lograron fortalecer, permitieron atender al llamado de la auditoría y aplicar de forma práctica los conocimientos adquiridos en las materias como finanzas internacionales y la profundización de herramientas TIC aportando así, valor en la gestión realizada durante el periodo de prácticas.

Referencias.

Bolsa Mercantil de Colombia. (2024). Nosotros. Bolsa Mercantil de Colombia

<https://www.bolsamercantil.com.co/nosotros>

Bolsa Mercantil de Colombia. (2024). Informe de gestión y sostenibilidad 2025. Bolsa

Mercantil de Colombia. https://www.bolsamercantil.com.co/sites/default/files/2025-06/INFORME_BOLSA_MERCANTIL_2025.pdf

Google Maps. (2024). Ubicación Geográfica de la Bolsa Mercantil de Colombia. Google

Maps. <https://maps.app.goo.gl/4B3y35ifcCWdqAB87>

4. Seguimiento práctica profesional

4.1. Resumen de actividades realizadas

Durante la práctica profesional en la Dirección Comercial de Negocios Privados y Factoring, se llevaron a cabo diversas actividades orientadas al fortalecimiento del ecosistema de Atra-e Mercado Bursátil de Facturas, enfocándose en la gestión comercial en donde se brindó apoyo en la vinculación a nuevos emisores y pagadores, manejo de las bases con información de clientes, obtención de insumos por medio de plataformas como Emis y DataCrédito para realizar entregables a las Sociedades Comisionistas de Bolsa aliadas a la BMC. La relación que se tuvo con las SCB se enfocó en el análisis de crédito y su nivel de riesgo, apoyo en las citas comerciales y verificación de potenciales clientes por medio de análisis del balance comercial.

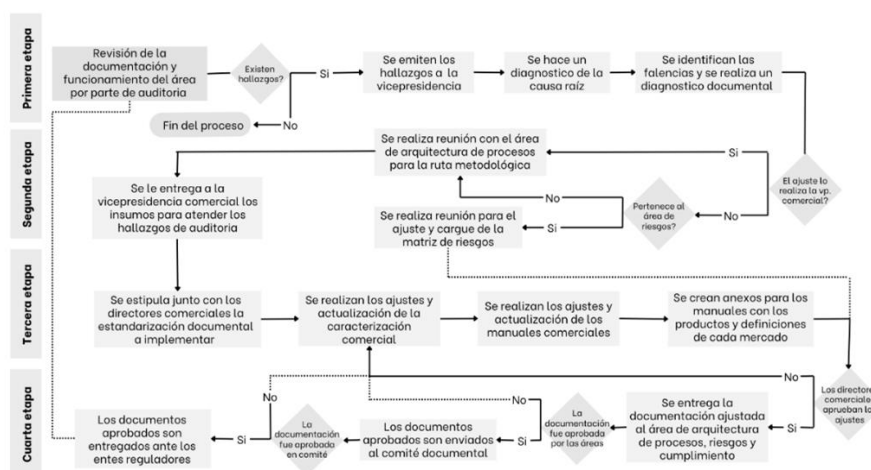
Por otro lado, y en lo que se basa el plan de mejora, la práctica tuvo un rol importante en la Vicepresidencia Comercial y Desarrollo de Producto en la optimización de la estructura documental de los manuales y matrices pertenecientes a la Dirección Comercial de Negocios Públicos y Financiación No Bancaria y la dirección en donde tuvo lugar la práctica. Se participó en procesos de revisión de la documentación, verificación de los requisitos y actualizaciones solicitadas desde auditoría. En esta gestión se dio respuesta a esos hallazgos entregados sobre las inconsistencias específicamente en los cinco (5) manuales propios de la vicepresidencia, la matriz de riesgos y la caracterización de la gestión comercial. Como respuesta, se realizó un diagnóstico del estado de los manuales, una revisión conjunta con los directores comerciales y la validación de la gestión realizada con las áreas interesadas.

Las actividades desarrolladas permitieron brindar una solución a una necesidad interna, optimizar la estructura documental, apoyar en la promoción del último producto implementado en entidad financiera y el relacionamiento con los clientes y las SCB. A su vez, estas actividades comerciales permitieron fortalecer competencias profesionales en un escenario tan amplio como lo es el mercado bursátil en donde el análisis, la toma de decisiones y el trabajo interdisciplinario es indispensable para que la gestión comercial este acorde a la propuesta de valor en la que se fundamenta la Bolsa Mercantil de Colombia.

Anexos

Anexo 1

Ilustración 3 Flujograma de las etapas del plan de mejora



Nota: Elaboración propia del flujograma con las etapas del plan de mejora. (2025).

Anexo 2

Cumplimiento de objetivos trazados por mes

Tabla 2 Actividades realizadas durante la práctica

Ciclo	Periodo	Actividad	Logro	Dificultad
Ciclo 1	Febrero	Inducción institucional por parte de talento humano	Fácil adaptación al entorno y comprensión del mercado bursátil	No se evidencia alguna dificultad durante el proceso
		Capacitación sobre actividades a desarrollar y los insumos que se manejan en el área	Conocimiento sobre las herramientas de la plataforma EMIS y la operatividad del factoring con Atra-e	Atra-e tiene diversos procesos, conceptos y regulaciones de difícil entendimiento

Ciclo 2	Marzo	Entrega de bases de datos de emisores y pagadores para identificar datos de contacto	Con el uso de la plataforma EMIS se logró el cruce de información y datos de contacto	La información de EMIS son teléfonos fijos poco efectivos, desactualizados o los ya inscritos en la base
		Inicio de la gestión comercial para la promoción de Atra-e enfocado en los proveedores	Se realiza contacto directo con los directores financieros y gerentes de importantes empresas	Desconocimiento por parte de los proveedores del funcionamiento de la Bolsa y el factoring.
		Relacionamiento con corredores de Bolsa de las diez (10) SCB	Red de contactos con los principales aliados de la Bolsa para operación de factoring	No se evidencia alguna dificultad durante el proceso
Ciclo 3	Abril	Entrega de los hallazgos encontrados en la vicepresidencia por auditoría interna	Participación en planes de mejora a desarrollar para la vicepresidencia	Desinformación de productos y servicios que durante la práctica no se tenía interacción
		Diagnóstico y revisiones con los directores comerciales y las áreas de interés	Conocimiento del funcionamiento de los procesos transversales ejecutados en Bolsa	Desconocimiento de la metodología y áreas encargadas para brindar solución a los hallazgos de auditoría
Ciclo 4	Mayo	Participación en “Factoring Summit” evento desarrollado por ASOFACE para promoción Atra-e	Aprender del factoring en Colombia, red de contactos del sector y posicionamiento de marca	Presencia de plataformas de factoring con gran trayectoria que afectan la promoción de Atra-e
		Implementación de la etapa 3 del proyecto donde se estandariza y ajustan los documentos de la vicepresidencia	Optimización de la estructura documental desarrollada en conjunto con los directores comerciales	Tiempos prolongados de revisión debido a una agenda comercial y operativa exigente de los directores
Ciclo 5	Junio	Entrega de la versión final de los documentos actualizados al comité documental y presentados en auditoría externa	Aprobación de la estandarización y actualizaciones realizadas en los documentos de la vicepresidencia sin evidencia de nuevos hallazgos	Revisión de múltiples áreas que solicitaban ajustes adicionales representando un desafío sobre tiempos de respuesta y la coordinación interna
		Desarrollo de “mallas” para las SCB con los diferentes emisores y pagadores	Relacionamiento con el área de inteligencia de negocios para brindar insumos para	Entrega de insumos a destiempo dificultando la obtención de las

		que hacen parte de su lista de clientes	la actualización de las mallas en Power BI	mallas para suministrarle a las SCB
Ciclo 6	Julio	Posicionamiento de marca junto con ocho (8) sociedad comisionistas en AgroExpo 2025 en Corferias	Representación de la BMC en uno de los eventos más importantes del sector para obtención de nuevos clientes	Dificultad para identificar entre los asistentes el perfil de clientes para el mercado bursátil
		Capacitación y entrega de actividades a la asesora de telemarketing ingresada a la dirección	Entrega satisfactoria de los documentos y responsabilidades llevadas a cabo durante el periodo de prácticas	No se evidencia alguna dificultad durante el proceso

Nota: Elaboración propia de la tabla con las actividades realizadas por bimestre durante la práctica en la Bolsa Mercantil de Colombia. (2025).