

Informe de práctica y plan de mejoramiento empresarial JFD Mobile Parts SAS



SANTIAGO HERRERA BONILLA



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2024

Informe de práctica y plan de mejoramiento empresarial JFD Mobile Parts SAS

SANTIAGO HERRERA BONILLA

Informe de práctica profesional presentado como requisito para optar al título de profesional en
Negocios Internacionales

Asesor

Mg©. ARLIN DAYANA LOZANO FORERO

Profesional en Negocios Internacionales

Maestrante en Administración

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2024

Autoridades Académicas

P. Álvaro José ARANGO RESTREPO, O.P.

Rector General

P. Mauricio Antonio CORTÉS GALLEGO, O.P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA O. P.

Rector Seccional Villavicencio

P. Adrián Mauricio GARCÍA PEÑARANDA, O.P.

Vicerrector Académico Seccional Villavicencio

Mg Julieth Andrea SIERRA TOBÓN

Secretaria General Seccional Villavicencio

Mg Javier Humberto TRILLOS CELIS

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

Contenido

| | |
|--|----|
| Lista de Tablas | 6 |
| Lista de anexos | 7 |
| Lista de Figuras | 8 |
| Resumen | 9 |
| Abstract..... | 10 |
| Glosario..... | 11 |
| 1. Introducción..... | 13 |
| 2. Contextualización de la empresa | 15 |
| 2.1. Caracterización de la empresa: | 15 |
| 2.2. Historia de la empresa..... | 16 |
| 2.3. Organización | 17 |
| 2.4. Competencia | 19 |
| 2.5. Misión | 19 |
| 2.6. Visión..... | 20 |
| 3. Justificación..... | 21 |
| 3.1. Objetivos de la práctica:..... | 21 |
| 3.1.1 Objetivo General..... | 21 |
| 3.1.2 Objetivos específicos | 22 |
| 4. Funciones y actividades para desarrollar..... | 23 |
| 4.1. Plan de trabajo a realizar:..... | 23 |
| 4.2. Funciones | 23 |
| 5. Diagnóstico..... | 25 |
| 5.1. Análisis DOFA..... | 26 |
| 5.1.1 Cuadrante 1. Fortalezas y oportunidades | 26 |
| 5.1.2 Cuadrante 2. Debilidades y oportunidades | 26 |
| 5.1.3 Cuadrante 3. Amenazas y fortalezas | 27 |
| 5.1.4 Cuadrante 4. Amenazas y debilidades | 27 |
| 5.1.5 Conclusiones..... | 28 |

| | | |
|-------|--|----|
| 5.2. | Análisis PESTEL | 30 |
| 6. | Descripción detallada de las prácticas | 33 |
| 6.1.1 | Internacionalización | 33 |
| 6.1.2 | Costeo | 35 |
| 6.1.3 | Procolombia | 38 |
| 6.1.4 | Registro de marca | 42 |
| 6.2. | Indicadores | 43 |
| 6.2.1 | Indicadores de cartera | 43 |
| 6.2.2 | Indicador de logística | 46 |
| 6.2.3 | Indicadores comerciales | 48 |
| 6.2.4 | Indicador de Multimedia | 49 |
| 7. | Plan de mejora | 50 |
| 7.1. | Objetivos | 50 |
| 7.1.1 | Objetivo general del plan de mejora | 50 |
| 7.1.2 | Objetivos específicos | 50 |
| 7.2. | Contexto | 50 |
| 7.3. | Problemática | 51 |
| 7.4. | Justificación | 51 |
| 7.5. | Planteamiento de una solución | 52 |
| 7.5.1 | Subdependencia de compras internacionales | 53 |
| 7.5.2 | Departamento de internacionalización | 53 |
| 7.5.3 | Reorganización departamento de logística. | 59 |
| 7.5.4 | Unidad de investigación, desarrollo e innovación (I+D+I) | 60 |
| 8. | Identificación de figuras | 61 |
| 9. | Impacto del plan de mejora | 62 |
| 10. | Conclusiones | 63 |
| | Referencias bibliográficas | 66 |
| 11. | Anexos | 68 |

Lista de Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Variables indicadoras de cartera | 43 |
| Tabla 2 Porcentaje de recaudo de cartera 2023..... | 45 |
| Tabla 3 Meta de recaudo propuesta | 46 |
| Tabla 4 Indicador de entregas | 47 |
| Tabla 5 Cuadro de actividades generales..... | 54 |
| Tabla 6 Funciones y responsabilidades del departamento de internacionalización..... | 57 |
| Tabla 7 Funciones departamento logística..... | 59 |

Lista de anexos

| | |
|--|----|
| Anexo 1 obación del plan de mejora | 68 |
| Anexo 2 Plan de trabajo..... | 69 |
| Anexo 3 Informe de actividades realizadas para recuperación de cuentas Meta ads | 84 |
| Anexo 4 Factura emitida por JFD Mobile Parts a Fiducoldex | 85 |
| Anexo 5 Contrato de mandato aduanero Servade..... | 86 |
| Anexo 6 Sello de autenticación celebración del contrato de mandato aduanero..... | 87 |
| Anexo 7 Plataforma entregada por Deprisa a JFD Mobile Parts SAS | 87 |
| Anexo 8 Reporte de registro de hipérbolas Itook | 88 |
| Anexo 9 Reporte de registro marca GIOO | 89 |
| Anexo 10 Informe de pautas de multimedia..... | 90 |
| Anexo 11 Organigrama departamento de internacionalización..... | 90 |
| Anexo 12 Propuesta de diagrama de talento humano para logística | 91 |
| Anexo 13 Propuesta de diagrama departamento de I+D+I..... | 91 |
| Anexo 14 Tabla de funciones departamento de I+D+I..... | 91 |
| Anexo 15 Árbol de soluciones..... | 92 |
| Anexo 16 Organigrama de JFD Mobile Parts SAS | 92 |
| Anexo 17 Organigrama JFD Mobile Parts SAS posterior al plan de mejora | 93 |

Lista de Figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1. Mapa con ubicación de JFD Mobile Parts SAS | 15 |
| Figura 2. Logo JFD Mobile Parts SAS | 16 |
| Figura 3. Logo ITOOK BIKES..... | 16 |
| Figura 4. Línea del tiempo de la historia | 17 |
| Figura 5. Organigrama de JFD Mobile Parts SAS..... | 18 |
| Figura 6. Diagrama de Gantt del plan de trabajo..... | 23 |
| Figura 7. Matriz DOFA | 25 |
| Figura 8. Matriz pestel..... | 29 |
| Figura 9. Generador de informes de rotación de inventarios..... | 33 |
| Figura 10. Fórmulas de Excel para rotación de inventarios | 34 |
| Figura 11. Cálculo de rotación de inventarios | 34 |
| Figura 12. Costeo de internacionalización con agencia aduanera All trans | 37 |
| Figura 13. Costeo de internacionalización con agencia aduanera TCC | 37 |
| Figura 14. Costeo de internacionalización con agencia aduanera DAP | 38 |
| Figura 15. Presentación comercial..... | 39 |
| Figura 16. Ficha técnica led..... | 39 |
| Figura 17. Mensaje de bienvenida a la alianza con DHL | 41 |
| Figura 18. Formula de rotación de cartera..... | 44 |
| Figura 19. Formula de índice de rotación de cartera | 44 |
| Figura 20. Cálculo de rotación de cartera JFD Mobile Parts SAS | 44 |
| Figura 21. Formula de indicador de devoluciones..... | 48 |
| Figura 22. Fórmula de indicador de compras por cliente | 48 |
| Figura 23. Fórmula de prospectos no concretados | 48 |

Resumen

El presente informe tiene como objeto relatar la práctica empresarial realizada en la compañía JFD Mobile Parts SAS, ubicada en la ciudad de Villavicencio, Meta. Esta entidad privada se dedica a la comercialización de productos en dos líneas de negocio; JFLED, que se especializa en la venta de iluminarias de tecnología led, y la marca ITOOK, que ensambla y comercializa bicicletas y sus accesorios, el propósito de la práctica es realizar un conjunto de actividades que orienten a la compañía a una mejora continua del área internacional. Las prácticas son realizadas en el área administrativa, dentro de la subdependencia de compras internacionales adscrita al departamento de contabilidad.

En el presente documento también se encuentra una recopilación de la información general de la compañía, teniendo en cuenta su perfil empresarial, misión, visión y demás características propias de la JFD Mobile Parts SAS; también se encuentra una descripción del proceso vivido en la práctica empresarial y la estructuración de un plan de mejora enfocado en la internacionalización mediante un cronograma de trabajo y una exposición breve del mismo.

Palabras Clave: Globalización, internacionalización, mercado, procesos, subdependencia.

Abstract

The purpose of this report is to describe the business practice carried out at JFD Mobile Parts SAS, a company located in Villavicencio, Meta. This private entity is engaged in the commercialization of products through two business lines: JFLED, which specializes in the sale of LED lighting fixtures, and the ITOOK brand, which assembles and markets bicycles and their accessories. The aim of the practice is to carry out a series of activities that guide the company toward continuous improvement in the international area. The practice takes place in the administrative area, within the international procurement sub-department, which is part of the accounting department.

This document also includes a compilation of general information about the company, considering its business profile, mission, vision, and other defining characteristics of JFD Mobile Parts SAS. Additionally, it provides a description of the process experienced during the business practice, as well as the development of an improvement plan focused on internationalization, including a work schedule and a brief presentation of the plan.

Keywords: Globalization, internationalization, market, processes, sub-department.

Glosario

EXW: Ex Works, es un término de negociación que compromete al vendedor a dejar las mercancías preparadas en sus instalaciones (oficinas, almacenes, fábrica, etc.) para que el comprador las recoja allí. (iContainers, s.f.)

FCA: “Free Carrier” es un término de negociación que compromete al vendedor a entregar las mercancías listas para la exportación, en la naviera escogida por el comprador o en un punto acordado y especificado en el contrato de compraventa. (iContainers, s.f.)

FOB: Es un acuerdo comercial marítimo que establece las responsabilidades, riesgos y costos entre vendedor y comprador de mercancías internacionales. El término de negociación incluye el transporte en origen, la manipulación en puerto, los costos de exportación y el cargue en el buque.

Globalización: Transnacionalización estructurada en función del mercado de las relaciones económicas (comercio, inversión extranjera, flujos financieros) que incrementa la interdependencia económica del país, reduciendo la capacidad gubernamental de controlar la economía nacional.

HAWB: Hace referencia a un documento emitido por un agente de carga aéreo, que confirma que la carga será entregada en una ubicación específica. (Impargo, s.f.)

Internacionalización: Desarrollo de estrategias empresariales que permiten la oferta de bienes y servicios en más de un país.

Operador de transporte multimodal: Es un tipo de servicio de carga que implica el uso de más de un modo de transporte para llevar las mercancías desde origen hasta destino sin ser nacionalizadas.

Subdependencia: Hace referencia a la división interna de un departamento empresarial que cumple una función específica pero que va relacionada con el departamento. Tiene subordinación al departamento, quien a su vez es subordinado a un superior.

1. Introducción

La práctica empresarial es un periodo evaluativo en el que el estudiante realiza una vinculación de sus conocimientos académicos adquiridos en sus estudios de pregrado con el ámbito laboral en funciones propias de su profesión, tiene como objetivo la solución de un problema de la compañía, con la aplicación precisa de técnicas y aptitudes adquiridas durante la carrera, con la tutoría de dicha empresa y en coordinación con un docente director de proyecto por parte de la Universidad (Universidad Santo Tomás, s.f), cumpliendo con 960 horas en un plazo mínimo de un semestre académico o cuatro (4) meses

“Como estudiante de la Universidad Santo Tomás, según el reglamento de trabajo de grado, se sustenta que: Artículo 46. PRÁCTICA NACIONAL. Será aquella que se realice dentro del territorio nacional y en un espacio a través del cual los estudiantes, con la orientación de docentes, desarrollarán gestiones directas y aplicarán los conocimientos adquiridos en su carrera de Negocios Internacionales en organizaciones nacionales o internacionales. PARÁGRAFO 1. Las organizaciones nacionales o del exterior de Colombia seleccionarán a los estudiantes según los criterios, instrumentos, procesos de selección y cupos determinados por ellas y en los que la Universidad no tiene incidencia. La Facultad emitirá una carta de presentación para el estudiante. PARAGRAFO 2. Si el estudiante desiste de la opción de práctica, debe argumentar las razones ante la Facultad de forma escrita (Universidad Santo Tomás, s.f) Para el programa de Negocios Internacionales, además de la descripción de la opción de práctica empresarial como trabajo de grado, se deben cumplir unos requisitos adicionales: Régimen General de las Prácticas. Todas las prácticas deberán cumplir los siguientes requisitos:

A. Debe llevarse a cabo en una Empresa o Institución con convenio interinstitucional o Contrato laboral o Contrato de aprendizaje de acuerdo con la directriz de cada seccional o sede. B. Ser supervisada por un docente, quien debe realizar mínimo dos visitas de seguimiento para el caso de las prácticas nacionales, revisar informes y evaluación de estos. Estas visitas se podrán realizar de manera presencial o remota siguiendo las directrices de cada seccional o sede. C. El estudiante se adaptará a lo establecido por el convenio o contrato establecido según sea el caso. D. La Práctica tendrá una duración con un límite mínimo de un semestre académico o (4) meses, salvo caso excepcional que la empresa requiera un tiempo adicional. (Universidad Santo Tomás, s.f)

Dentro de las diferentes instituciones en las que un negociador internacional puede aplicar sus conocimientos adquiridos durante los estudios académicos se encuentran todas aquellas donde pueda desarrollar roles como asesor y consultor de empresas nacionales e internacionales, gestor y promotor de negocios internacionales, negociador internacional, estrategia de negocios y relaciones internacionales, coordinador de operaciones internacionales, investigador de mercados, creador de empresas con proyección internacional, dinamizador de acciones de cooperación internacional” (Universidad Santo Tomás, s.f)

Es precisamente la compañía, una de esas entidades de carácter privado, donde los futuros profesionales en Negocios Internacionales pueden aplicar los conocimientos adquiridos.

El presente informe, presenta las actividades realizadas dentro de las funciones desarrolladas en el periodo de práctica comprendido entre el día 15 de febrero y el día 30 de junio del año 2024, en JFD MOBILE PARTS SAS, estructurado de la siguiente manera:

En primer lugar, se presenta una contextualización de la empresa que incluye la descripción de esta, una breve historia de la dependencia, misión, visión, y alcance de la práctica. Seguido, se sustenta la justificación para realizar las prácticas en la mencionada subdependencia de compras internacionales, los objetivos de realizar la presente práctica y las funciones asignadas durante la misma; posteriormente, se expone un diagnóstico inicial donde se identifican las actividades que permitirán llegar a un plan de mejora, junto con un cronograma que expone de manera precisa cada fecha y las actividades a realizar para llegar al plan de mejora, un resumen por objetivo desarrollado durante las prácticas y, finalmente se presentan las conclusiones del ejercicio realizado durante las horas de práctica.

2. Contextualización de la empresa

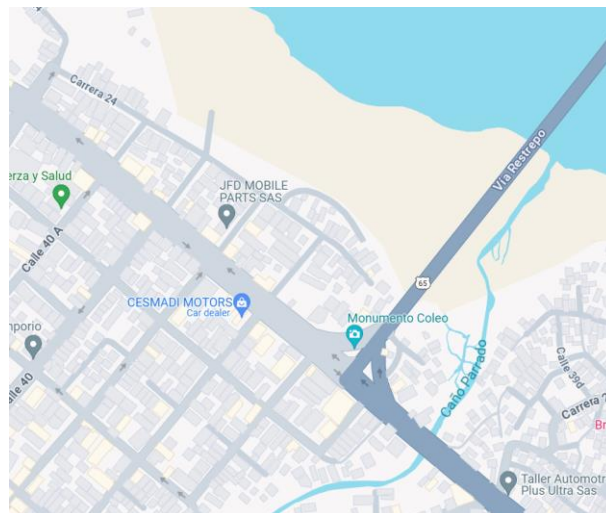
2.1. Caracterización de la empresa:

JFD MOBILE PARTS SAS es una compañía llanera con 21 años de trayectoria, ubicada en calle 39 D #24-54 Barrio Emporio en la ciudad de Villavicencio, Meta, dedicada a la importación y comercialización de productos tecnológicos con dos líneas de actividad económica: Una dedicada a la venta de iluminación led especializada para piscinas y jacuzzis bajo la marca JFLED, y una segunda línea deportiva especializada en ciclismo bajo la marca ITOOK; “ofreciendo estándares de calidad e innovación, brindando un excelente servicio bajo principios éticos de transparencia y legalidad que generan confianza y sostenibilidad a nuestros clientes, colaboradores e inversionistas.” (JFD Mobile Parts SAS, s.f.)

En la imagen se observa la ubicación de la sede principal de JFD Mobile Parts SAS visto desde Google maps, las instalaciones están ubicadas estratégicamente para permitir que los vehículos de tráfico pesado puedan llegar hasta las instalaciones

Figura 1

Mapa con ubicación de JFD Mobile Parts SAS



Nota: Captura de pantalla de la localización de la empresa. Recuperada de Google Maps

En la imagen se observa el logo distintivo de la compañía, que representan las iniciales de Jean Fernando Daza, fundador de la compañía.

Figura 2

Logo JFD Mobile Parts SAS



Nota: Logo de JFD Mobile Parts. Tomado de: Archivo

En la imagen se observa el logo distintivo de la marca de ciclismo de la compañía, que ha venido realizando una campaña de posicionamiento de sus hipérboles para que sean distinguidas de forma individual por el mercado.

Figura 3

Logo ITOOK BIKES



Nota: Logo de Itook Bikes. Tomado de: Archivo

2.2. Historia de la empresa

La compañía nace en el año 2002 siendo su fundador Jean Fernando Daza Aponte, funcionando como establecimiento comercial con el nombre WILCOM. En 2006 se inicia la distribución de accesorios y repuestos para telefonía; en 2008 se inician las importaciones de artículos para el sector de la telefonía móvil; en 2013 la organización se constituye como JFD

MOBILE PARTS SAS, obteniendo el registro de marca en el siguiente año; en 2015 se inicia la comercialización de productos tecnológicos tras obtener el certificado de conformidad de producto para luminarias y lámparas led; y en 2021 se inicia la comercialización de bicicletas y accesorios.

Figura 4

Línea del tiempo de la historia



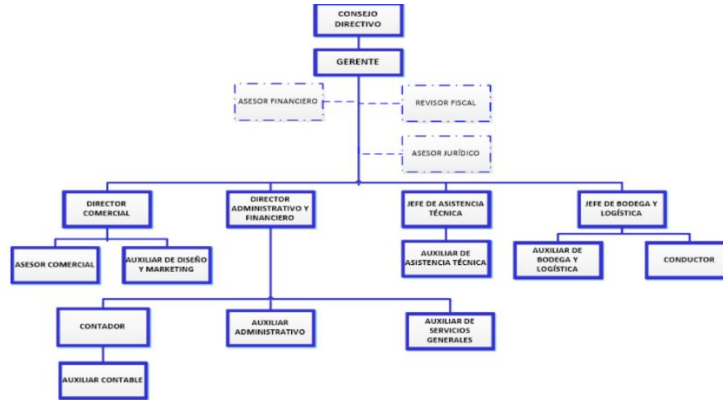
Nota: Línea del tiempo JFD Mobile Parts. Adaptado de: JFD Mobile Parts

2.3. Organización

La compañía tiene una estructura organizacional jerárquica donde los departamentos responden a gerencia, quienes se apoyan en asesores externos en el área financiera, fiscal y jurídica, los diferentes departamentos se complementan para realizar las funciones propias de la actividad económica de la compañía. En la imagen se muestra el organigrama previo a la creación de la nueva subdependencia de compras internacionales.

Figura 5

Organigrama de JFD Mobile Parts SAS



Nota: Organigrama de la compañía. Tomado de: Reglamento interno de trabajo JFD Mobile Parts

Debido al posicionamiento de las marcas JFLED y ITOOK a nivel nacional, la compañía decide para el año 2024 iniciar su proceso de internacionalización, dando apertura a la subdependencia de compras internacionales con el fin de cumplir su visión para el año 2025. Las compras internacionales se añaden al área de compras de la compañía que se encuentra compuesta por:

Director administrativo y financiero: Decide la adquisición de productos o servicios necesarios para poder realizar la actividad comercial de la compañía, gestiona los recursos económicos, establece los canales comunicativos con los proveedores internacionales, autoriza y gestiona los recursos y el talento humano.

Auxiliar de compras nacionales: Gestiona la adquisición de bienes y servicios nacionales necesarios para realizar la actividad comercial, establece la comunicación con los proveedores nacionales, realiza seguimientos de los inventarios nacionales, realiza seguimiento a la recepción de las mercancías de origen nacional y contabiliza en el sistema de inventarios la mercancía nacional

Auxiliar de compras internacionales: Gestiona la adquisición de bienes y servicios internacionales necesarios para garantizar los inventarios, realiza seguimientos de los inventarios internacionales, realiza ordenes de pedido internacionales, clasifica mercancías en el sistema arancelaria colombiano, coordina documentación de transporte, realiza seguimiento a la recepción de las mercancías de origen internacional, apoya el proceso de nacionalización de mercancías a

través de la realización y revisión de documentación, establece los canales comunicativos con las agencias aduaneras, contabiliza en el sistema de inventarios la mercancía internacional y apoya el proceso de internacionalización de la compañía.

2.4. Competencia

La compañía cuenta con dos líneas de mercado: Iluminación y ciclismo, a través de sus dos principales marcas; JFLED y Itook Bikes, respectivamente. Aunque la compañía cuenta con dos clientes extranjeros, sus volúmenes de compra no son significativos para los análisis, por lo que se determina que los competidores de JFD Mobile Parts son los que se encuentran dentro del mercado nacional en Colombia. Para la línea de iluminación la principal competencia son marcas de renombre internacional, como: Philips y Osram, también compañías como Homecenter y Ledgold, las plataformas de ecommerce como Aliexpress, Mercado libre, Temu también representan un riesgo para el mercado por sus bajos precios, por lo que JFLED se ha especializado y ha optado por fabricar y comercializar iluminarias sumergibles en agua, donde hay una menor cantidad de competidores, siendo Ecolite el principal. Por otra parte, Itook Bikes compite con marcas multinacionales como Scott, Trek, Specialized, Cannandale, Bianchi, Orbea y nacionales como GW, Spiro, entre otras muchas. En un mercado abierto e interconectado, aunque JFD se encuentra solo a nivel nacional, debe competir con oferentes de todo el mundo.

2.5. Misión

“Ser una Organización líder, dedicada a la comercialización de productos tecnológicos amigables con el medio ambiente, ofreciendo sostenibilidad e innovación con énfasis en la generación de confianza y satisfacción de nuestros clientes, colaboradores e inversionistas a través de la oportuna atención y el óptimo servicio.” (JFD Mobile Parts SAS, s.f.)

2.6. Visión

"Para el año 2025 es consolidar su presencia nacional e internacional como una organización innovadora y sostenible, en la distribución de productos tecnológicos, destacándose por la excelente calidad y servicio generando bienestar a sus grupos de interés con responsabilidad social." (JFD Mobile Parts SAS, s.f.)

3. Justificación

JFD Mobile Parts es una compañía de funcionamiento internacional, ya que, la mayor parte de sus proveedores se encuentran en China, sin embargo, la totalidad de sus clientes se encuentran dentro del territorio nacional, pero debido a la contracción del mercado se ha planteado para el año 2024 el objetivo de tener presencia internacional y la misión de afianzarla en 2025. Para poder alcanzar con éxito estos objetivos requiere de una reestructuración interna para establecer los procesos, formas, tiempos, recursos, alianzas y talento humano que le permitan a la empresa realizar todas las actividades que demanda una compañía transnacional, para poder planear y posteriormente ejecutar la internacionalización la compañía se vio en la necesidad de crear la subdependencia de compras, que a futuro promete ser la base del departamento de internacionalización donde se requieren los conocimientos técnicos propios de un profesional en negocios internacionales. Como negociador internacional desarrollé de forma práctica todos los conocimientos adquiridos a lo largo del programa académico, conociendo los detalles de los procesos de compras internacionales, costeo de transporte internacional marítimo y aéreo, nacionalización de mercancías, liquidación y pago de tributos, funcionamiento de pólizas de seguro, preparación transversal para la internacionalización empresarial, entre otras funciones diarias del negociador internacional.

3.1. Objetivos de la práctica:

3.1.1 Objetivo General

En los próximos cuatro meses, desde el cargo de auxiliar de compras internacionales se desarrollará un plan de mejora para la compañía JFD Mobile Parts SAS, que incluya un análisis detallado de la situación actual, con cuatro propuestas de mejoras específicas y un plan de internacionalización con estrategias claras para el corto, mediano y largo plazo. El plan debe presentarse al director administrativo y financiero para su evaluación y aprobación, y establecer las bases para crear el departamento de internacionalización.

3.1.2 *Objetivos específicos*

1. Recopilar información relevante para identificar las falencias internas relacionadas con el área internacional de la compañía, aplicando las matrices DOFA y PESTEL. Este proceso incluye la elaboración de un análisis y una propuesta con al menos cuatro áreas clave de mejora y una presentación de los hallazgos.

2. Realizar acciones y actividades que permitan el mejoramiento de las proyecciones de compras internacionales; aumentando el indicador de rotación de inventarios en 4% con respecto a los cuatro meses anteriores al inicio de la práctica empresarial.

3. Proponer y calcular al menos cuatro indicadores cuantitativos para los departamentos de la compañía. Cada indicador incluye una definición clara y un método específico.

4. Generar al menos tres alianzas estratégicas con transportistas, agencias de aduana y Procolombia.

5. Diseñar una presentación comercial en inglés y español, calcular precios FOB y desarrollar el catálogo en dólares.

6. Realizar junto al equipo de multimedia el desarrollo de fichas técnicas y etiquetado de acuerdo con los parámetros de Procolombia.

4. Funciones y actividades para desarrollar

4.1. Plan de trabajo a realizar:

En la siguiente imagen se observa un diagrama que organiza de forma visual las actividades de acuerdo con su fecha de entrega, se visualiza la organización de todas las actividades vinculadas al plan de trabajo anteriormente descrito, adicionalmente en el anexo 1 y 2 se presenta el plan de trabajo detallado con su respectiva aprobación por parte de la compañía.

Figura 6

Diagrama de Gantt del plan de trabajo

| ACTIVIDAD | FECHAS DE ENTREGA | | | | | | | | | |
|--------------|-------------------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|
| | 15/2/2024 | 20/2/2024 | 28/2/2024 | 1/3/2024 | 15/3/2024 | 30/3/2024 | 15/4/2024 | 31/04/2024 | 15/5/2024 | 30/5/2024 |
| Actividad 1 | █ | | | | | | | | | |
| Actividad 2 | | █ | | | | | | | | |
| Actividad 3 | | | █ | █ | | | | | | |
| Actividad 4 | | | | █ | █ | | | | | |
| Actividad 5 | | | | | █ | █ | | | | |
| Actividad 6 | | | | | | █ | █ | | | |
| Actividad 7 | | | | | | | █ | █ | | |
| Actividad 8 | | | | | | | | █ | █ | |
| Actividad 9 | | | | | | | | | █ | █ |
| Actividad 10 | | | | | | | | | | █ |
| Actividad 11 | | | | | | | | | | █ |
| Actividad 12 | | | | | | | | | | █ |
| Actividad 13 | | | | | | | | | | █ |
| Actividad 14 | | | | | | | | | | █ |
| Actividad 15 | | | | | | | | | | █ |
| Actividad 16 | | | | | | | | | | █ |
| Actividad 17 | | | | | | | | | | █ |

Nota: Organigrama de plan de trabajo

4.2. Funciones

La vinculación a través de contrato de aprendizaje establece de manera explícita las siguientes funciones:

- Compra de mercancías internacionales: Se realizan las sugerencias de compras internacionales a través del análisis de rotación de inventarios, y de los datos aportados por los colaboradores sobre existencias de productos agotados.

- Cargue de mercancías nacionales e internacionales: Se cotizan fletes internacionales con los aliados comerciales de la compañía, se envía documentación para la elaboración del BL o el HAWB dependiendo de la modalidad de transporte.

- Verificar la facturación de importación con previa autorización: Revisar la facturación de los servicios nacionales e internacionales utilizados en la operación para notificar a la contadora para causarlos.

- Causación de gastos y costos de importación de terceros: Contabilizar la factura de compra extranjera en World Office, causar los gastos relacionados con la operación, y notificar al departamento de contabilidad.

5. Diagnóstico

Considerando las funciones asignadas dentro del periodo de práctica, al iniciar actividades, se realiza un diagnóstico a través de la implementación de una matriz DOFA y PESTEL.

La matriz DOFA permite la identificación de las características relacionadas con la compañía en 4 cuadrantes: Oportunidades, amenazas, debilidades, y fortalezas, se realizó de forma cuantitativa aplicando la confrontación entre los cuadrantes para determinar las estrategias que le permitan a JFD Mobile Parts el aprovechamiento de sus fortalezas para contrarrestar las amenazas, disminuir el impacto de sus debilidades y aprovechar eficientemente las oportunidades. A continuación, se relacionan las características de la compañía con un valor asignado de 1 a 7 según el impacto que tienen al enfrentarse para determinar las más relevantes.

Figura 7

Matriz DOFA

| | | OPORTUNIDADES | | | | | PROMEDIO | AMENAZAS | | | | | PROMEDIO |
|-------------|---|----------------------|----------------------------------|--|--|---------------------------------------|----------|---------------|-------------------------------------|--|--|------------------------------------|----------|
| | | INTERNACIONALIZACIÓN | AMPLIACIÓN DE LA MARCA DEPORTIVA | CULTURA DEL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE | POSICIONAMIENTO DE MARCAS EXTRANJERAS EN EL MERCADO COLOMBIANO | AUMENTO EN LOS COSTOS DE COMBUSTIBLES | | HA BICICLETAS | BAJO CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL PAÍS | DECRECIMIENTO DEL CONSUMO DE ARTICULOS DE BICICLETAS | DEBILITAMIENTO DEL PESO COLOMBIANO FRENTE AL DÓLAR | SEGURIDAD Y ORDEN PÚBLICO DEL PAÍS | |
| FORTALEZAS | MARCAS JFD Y ITOOK | 6 | 7 | 6 | 2 | 6 | 5,4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3,6 |
| | ORGANIZACIÓN FINANCIERA | 7 | 7 | 6 | 5 | 7 | 6,4 | 7 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6,2 |
| | INNOVACIÓN EN PRODUCTO | 7 | 7 | 5 | 1 | 5 | 5 | 7 | 3 | 6 | 2 | 1 | 3,8 |
| | AMBIENTE LABORAL | 5 | 4 | 6 | 3 | 3 | 4,2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1,8 |
| | COMERCIO ELECTRÓNICO | 7 | 7 | 6 | 5 | 6 | 6,2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 1 | 3,2 |
| | PROMEDIO | 6,4 | 6,4 | 5,8 | 3,2 | 5,4 | | 4,6 | 3,8 | 4,6 | 3,6 | 2 | |
| DEBILIDADES | PLANEACIÓN DE COMPRAS INTERNACIONALES | 7 | 7 | 5 | 6 | 5 | 6 | 7 | 5 | 7 | 7 | 1 | 5,4 |
| | SEGUIMIENTOS CUANTITATIVOS AL RENDIMIENTO EMPRESARIAL | 7 | 7 | 5 | 5 | 5 | 5,8 | 7 | 5 | 2 | 2 | 1 | 3,4 |
| | GESTIÓN LOGÍSTICA | 7 | 6 | 5 | 7 | 5 | 6 | 7 | 1 | 5 | 1 | 1 | 3 |
| | RETENCIÓN DEL TALENTO HUMANO | 7 | 7 | 5 | 5 | 4 | 5,6 | 7 | 1 | 5 | 1 | 1 | 3 |
| | USO DE TECNOLOGÍAS | 6 | 6 | 4 | 5 | 4 | 5 | 7 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2,8 |
| | PROMEDIO | 6,8 | 6,6 | 4,8 | 5,6 | 4,6 | | 7 | 2,8 | 4,4 | 2,4 | 1 | |

Nota: Resultados de Matriz DOFA.

5.1. Análisis DOFA.

A partir de las características se establecieron particularidades relacionadas con la compañía para determinar cómo responden los factores internos (Controlables) a los factores externos (No controlables).

5.1.1 Cuadrante 1. Fortalezas y oportunidades

La matriz DOFA, inicia con el cuadrante de las oportunidades confrontado con las fortalezas, donde se puede determinar cuantitativamente cuales son los mejores puntos de desempeño para lograr beneficiarse de las oportunidades. La matriz arroja como resultado que las oportunidades más aprovechables para la compañía según sus fortalezas son la internacionalización y la ampliación de la marca deportiva, porque la organización financiera y el comercio electrónico permiten a la compañía gestionar eficazmente los flujos de caja y presupuestos, facilitando la destinación de recursos para proyectos como la internacionalización y la expansión de la marca deportiva. La capacidad de mantener una organización financiera robusta asegura que la empresa pueda realizar inversiones estratégicas y gestionar riesgos, mientras que el comercio electrónico ofrece una plataforma para alcanzar nuevos mercados de manera eficiente.

5.1.2 Cuadrante 2. Debilidades y oportunidades

Continuando con el segundo cuadrante, se identifican cuáles debilidades impiden aprovechar las oportunidades, por lo que la planeación de las compras internacionales implica un impedimento para el proceso de internacionalización y la ampliación de la marca deportiva y de iluminación, porque no hay una correcta planeación de la demanda, y esto se deriva en la falta de disponibilidad de inventarios a tiempo o en la pérdida de mercancía por excesos de inventario. Otra de las debilidades que más afectan a la internacionalización y la ampliación de la marca deportiva es la gestión logística, porque impacta de manera directa en el sostenimiento y ampliación del mercado, ya sea en mercados extranjeros o locales. Es necesario lograr tiempos y costos operativos óptimos que alcancen la mayor eficiencia y eficacia posible, para ofrecer beneficios que cumplan con las expectativas de los clientes y supere a los ofrecidos por la

competencia. También es necesario retener la fuga de talento humano, ya que, el departamento de logística es uno de los que más afectado se ve con la rotación de colaboradores.

5.1.3 Cuadrante 3. Amenazas y fortalezas

En el tercer cuadrante se encuentran confrontadas las amenazas con las fortalezas, lo que permite cuantificar la capacidad que tienen las fortalezas para contrarrestar las amenazas provenientes de actores o situaciones no controladas por la compañía. Las dos amenazas más relevantes son: HA Bicicletas, el competidor directo más fuerte y uno de los líderes nacionales en el mercado de bicicletas con su marca GW, la trayectoria y el reconocimiento de la marca le permiten abarcar gran parte del mercado nacional, generando economías de escala, disminuyendo costos y ofreciendo precios que se encuentran por debajo de los ofrecidos por su competencia, lo que significa un gran reto para ITOOK para mantener su competitividad y no terminar saliendo del mercado, la otra amenaza importante es el decrecimiento prolongado y generalizado del consumo de artículos de bicicletas en Colombia, teniendo una caída de más del 40% en la demanda de bicicletas con respecto al año inmediatamente anterior (Henao Ospina, 2024), la organización financiera de la compañía le permite manejar los retos de costos y financiamiento que plantean los competidores y el decrecimiento del mercado. Al optimizar presupuestos, renegociar deudas y apalancarse en el sistema financiero, la empresa puede mantenerse competitiva. Además, el comercio electrónico es una herramienta clave para llegar a un mayor número de clientes, ofreciendo un canal de venta eficiente que puede compensar la disminución de demanda en tiendas físicas

5.1.4 Cuadrante 4. Amenazas y debilidades

En el cuarto cuadrante se enfrentan las amenazas y debilidades, que determinan cuáles son las debilidades que permiten el impacto negativo de las mismas. En este cuadrante, las dos amenazas continúan siendo las mismas del cuadrante anterior, y las dos debilidades son la planeación de compras internacionales, y los seguimientos cuantitativos. La disminución del mercado nacional de bicicletas y el abarcamiento del restante suponen un reto para JFD Mobile Parts en la administración de sus recursos. Por lo que se debe realizar una correcta planeación de

las ordenes de pedido para las dos líneas: Itook y JFD LED, porque una planeación ineficiente de las compras puede agravar el impacto de un mercado en declive, causando problemas de inventario y desperdicio de recursos. La falta de seguimiento cuantitativo impide evaluar adecuadamente la eficiencia de los procesos y la efectividad de las estrategias, dificultando la capacidad de respuesta ante las amenazas del mercado. Mejorar estos aspectos es crucial para la resiliencia y adaptación de la compañía.

Adicionalmente, es importante mencionar que JFD Led, tiene una menor cantidad competidores en el mercado nacional dentro del nicho de iluminarias para piscinas y jacuzzis, sin embargo, el tamaño del mercado también es reducido, por lo que también resulta importante para la línea de iluminación lograr la ampliación a mercados internacionales.

5.1.5 Conclusiones

La sólida organización financiera, y un enfoque en el comercio electrónico, le permite capitalizar oportunidades de crecimiento como la internacionalización y la expansión de su marca deportiva. Estas herramientas deben continuar siendo fortalecidas para asegurar un rendimiento sostenido en el mercado global. La mejora continua en estas áreas permitirá a la empresa no solo mantener su ventaja competitiva, sino también explorar nuevas posibilidades de desarrollo.

Sin embargo, para aprovechar al máximo estas oportunidades, es esencial abordar las debilidades actuales. La planeación de compras y la gestión logística requieren una revisión exhaustiva para minimizar las limitaciones que obstaculizan el potencial de expansión. La retención de talento en el área logística se vuelve crucial, ya que contar con un equipo capacitado y motivado puede ser la diferencia entre el éxito y el estancamiento en un entorno competitivo. Solo mediante la mejora en estas áreas se podrá asegurar un aprovechamiento eficaz de las oportunidades emergentes.

Por otro lado, la capacidad financiera y el enfoque en el comercio electrónico son igualmente esenciales para contrarrestar las amenazas del mercado. La empresa enfrenta competidores fuertes y un entorno en declive, por lo que es crucial implementar estrategias financieras robustas y fortalecer su presencia en canales electrónicos para mitigar estos riesgos. La mejora en la planeación de compras y el seguimiento cuantitativo no solo reducirán el impacto de

amenazas externas, sino que también permitirán a la compañía adaptarse con agilidad y resiliencia a los cambios del mercado, consolidando así su posición en la industria.

A continuación, se muestra una evaluación en impacto y duración de las condiciones externas a la compañía a través de la implementación de una matriz PESTEL. Se presenta una evaluación cuantitativa en un rango de 1 a 3 puntos sobre el nivel de impacto de la condición sobre la organización, y una sobre la duración de la condición con un rango de 1 a 3 puntos, según la posibilidad de mantenerse en el tiempo, tras determinar el impacto final se determinó si la condición representa oportunidades o amenazas para la compañía.

Figura 8

Matriz pestel

| | | DESCRIPCIÓN | IMPACTO | DURACIÓN | TOTAL | OPORTUNIDAD | AMENAZA |
|---|-------------|--|--|---|-------|-------------|---------|
| | | | ALTO= 3 PUNTOS MEDIO=2 PUNTOS BAJO=1 PUNTO | >6 MESES= 3 PUNTOS >1 MES=2 PUNTOS <1 MES= 1PUNTO | | | |
| P | POLÍTICO | CONTRABANDO | 3 | 3 | 9 | | X |
| | | INFORMALIDAD | 3 | 3 | 9 | | X |
| | | RELACIONES CON OTROS PAÍSES | 2 | 3 | 6 | X | |
| | | SEGURIDAD Y ORDEN PÚBLICO | 2 | 3 | 6 | | X |
| | | PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD PRIVADA | 3 | 3 | 9 | X | |
| E | ECONÓMICO | PIB NACIONAL Y PER CAPITA | 2 | 2 | 4 | | X |
| | | TASAS DE INTERÉS | 3 | 3 | 9 | | X |
| | | BARRERAS ARANCELARIAS | 3 | 2 | 6 | | X |
| | | INFLACIÓN | 3 | 2 | 6 | | X |
| | | POCA COMPETENCIA EN EL MERCADO DE LA ILUMINACIÓN LED PARA PISCINAS | 3 | 2 | 6 | X | |
| | | PODER ADQUISITIVO RELATIVO DEL PESO COLOMBIANO | 3 | 2 | 6 | X | |
| S | SOCIAL | ESTILO DE VIDA DE LA POBLACIÓN | 2 | 3 | 6 | X | |
| | | CONFLICTOS ARMADOS | 2 | 3 | 6 | | X |
| T | TECNOLÓGICO | DESARROLLO DE SOFTWARES | 2 | 3 | 6 | X | |
| | | INTELIGENCIA ARTIFICIAL | 2 | 3 | 6 | X | |
| | | CANALES DE DISTRIBUCIÓN ONLINE | 2 | 3 | 6 | X | |
| | | AUTOMATIZACIÓN | 2 | 3 | 6 | X | |
| | | CIBER ATAQUES | 3 | 3 | 9 | | X |
| E | ECOLÓGICO | DESASTRES NATURALES | 2 | 2 | 4 | | X |
| | | MANEJO DE DESPERDICIOS Y DESECHOS | 2 | 3 | 6 | X | |
| | | CONTAMINACIÓN | 2 | 3 | 6 | X | |
| L | LEGAL | REGULACIÓN DE DELITOS INFORMÁTICOS | 2 | 3 | 6 | | X |
| | | TRATADOS INTERNACIONALES | 3 | 3 | 9 | X | |
| | | SUBSIDIOS | 2 | 3 | 6 | X | |
| | | LEGISLACIÓN LABORAL | 3 | 3 | 9 | X | |
| | | LEGISLACIÓN ARANCELARIA | 3 | 3 | 9 | | X |
| | | CERTIFICADOS NACIONALES | 3 | 3 | 9 | X | |
| | | CERTIFICADOS INTERNACIONALES | 3 | 3 | 9 | X | |

Nota: Resultados Matriz Pestel

5.2. Análisis PESTEL

Con base en el análisis interno de la matriz anterior, se logra identificar particularidades externas que se encuentran dentro del compendio realizado:

La matriz inicia con los aspectos políticos desglosados en 5 diferentes aspectos: Contrabando, informalidad, relaciones diplomáticas, protección de la propiedad privada, seguridad y orden público, siendo el contrabando y la informalidad las dos amenazas más representativas porque genera competidores desleales que no cumplen con la ley e ingresan al mercado artículos con procedencias desconocidas, sin garantías de protección para el usuario y precios por debajo a los del mercado lo que deteriora los hábitos de consumo del mercado local, si bien existen leyes que sancionan estas conductas, el país no cuenta con el presupuesto para que las autoridades contraten personal suficiente para lograr el cumplimiento de las leyes vigentes. También resulta de gran interés para la compañía la seguridad y el orden público, ya que, el equipo comercial realiza visitas a nivel nacional, y no ha sido posible visitar a clientes ubicados en el Caquetá, Nariño, Cauca, Arauca y Putumayo debido al riesgo que representa para la integridad de los asesores comerciales y aún no se implementan acciones que logren desescalar la violencia en estos departamentos del país. En el aspecto económico, las tasas de interés establecidas por el Banco de la República significan un punto crítico para la compañía, ya que, parte de la operación comercial se apalanca en el sistema financiero a través de crédito, y la compañía cuenta con un sistema de créditos para sus clientes, lo que resulta en costos financieros por pago de intereses mientras se cumple el ciclo de la recolección de cartera, el crecimiento prolongado y el sostenimiento de altas tasas de interés resultan en un sobre costo que amenaza el financiamiento de la compañía, otra amenaza son las barreras arancelarias, debido a que Colombia no cuenta con un acuerdo comercial con el segundo socio comercial del país; China, lo que se refleja en una mayor carga arancelaria para algunos productos manufacturados en el país asiático, sin embargo, en el aspecto económico existen dos oportunidades para crecer, la primera es la baja presencia de competencia de en el mercado de iluminación led para piscinas y jacuzzis, donde se puede abarcar gran parte del mercado nacional, además de la posibilidad de contribuir en una eventual reglamentación del mercado, generando como ventaja competitiva el conocimiento de la norma para una transición menos costosa y tardía, la segunda oportunidad es una disminución del costo del dólar que el 5 de mayo del 2023 se encontraba con una tasa representativa del mercado de \$4.564,44 COP por cada

dólar, y que para el mismo día del año 2024 se ubica en \$3.888,21 COP por cada dólar, lo que representa una disminución del 17% aproximadamente, llevando desde enero sin superar la barrera de los \$4.000 COP por cada dólar, esto se traduce en un menor costo de los artículos maquilados en el extranjero. En el aspecto social, se encuentra una amenaza y una oportunidad de crecimiento, la primera son los estilos de vida de los colombianos, dónde solo el 11.5% de la población nacional realiza algún tipo de actividad física (Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), 2022), si bien la cifra no es alta puede representar para JFD Mobile Parts, una oportunidad de crecer junto con esta cifra, a través de las actividades que realiza con el fin de incentivar a las personas a realizar actividad física, y también apoyado en los planes de inversión nacional que se realizan a través del Ministerio del deporte, la compañía también tiene una oportunidad de crecimiento dentro del avance hacia hábitos de consumo más amigables con el medio ambiente, ya que, JFD Mobile Parts puede ofrecer soluciones de transporte de cero emisiones, y artículos de iluminación con un gasto de energía inferior a la bombilla halógena, la segunda es una amenaza latente que afecta de manera directa o indirecta a todo el país; el conflicto armado, que genera dinámicas económicas alrededor de la ilegalidad y la lucha contra actividades que realizan los grupos al margen de la ley para su financiamiento, generando un ambiente de incertidumbre que aumenta el índice de riesgo país, disminuyendo la confianza para los inversionistas extranjeros, deteniendo el crecimiento de la productividad e incrementando la inseguridad nacional. En cuanto a lo tecnológico, implementar nuevos softwares, actualizarlos y usarlos bien la inteligencia artificial, mantener los canales virtuales suponen para la compañía una automatización de actividades y procesos que potencian la productividad, garantizan la trazabilidad y medición, y generan rendimientos que permiten cumplir la promesa de valor, pero se debe tener cuidado con los ciber ataques para evitar robos de dinero e información confidencial de la compañía o sus clientes. En el aspecto ecológico, los desastres naturales como largas sequias o inundaciones, pueden desencadenar grandes pérdidas económicas para el grupo empresarial de la zona afectada, lo que deriva en una desaceleración de la economía, pero también existen oportunidades de crecimiento dentro de este aspecto, el manejo de desechos y el compromiso con el impacto ambiental pueden ser certificados con la ISO26000 para generar una mayor confianza a los clientes en el momento de la internacionalización. En el aspecto legal se encuentran las oportunidades de contar con certificaciones nacionales e internacionales que generan beneficios competitivos, los tratados internacionales que permiten los canales a través de los cuales se realizan

los intercambios económicos que benefician a la compañía, las normas que protegen la competencia leal, leyes que establecen las condiciones adecuadas para los colaboradores, pero también determina deberes para la compañía, como la legislación aduanera, donde se establecen las formas y condiciones para el ingreso de mercancías al país y el pago de este derecho, un aumento de las restricciones o costos de las barreras arancelarias y no arancelarias.

6. Descripción detallada de las prácticas

Durante la práctica empresarial en JFD Mobile Parts SAS, se lleva a cabo un trabajo integral en el marco del desarrollo de la internacionalización, entendiéndose que este proceso requiere un enfoque transversal, y a partir de los hallazgos obtenidos mediante la implementación y análisis de las matrices se plantean 4 oportunidades de mejora: proyección de compras internacionales, fortalecimiento de la presencia virtual, medición cuantitativa, proceso de garantías y costeo de internacionalización.

6.1.1 Internacionalización

Desde el 15 de febrero de 2024, se inicia la práctica nacional en la compañía JFD Mobile Parts SAS, donde se apoya el proceso de compras internacionales en la mejora de la proyección de la demanda a través de la creación de un archivo Excel Macros que genera un informe de rotación de inventarios dónde se relaciona un promedio ventas mensual del año anterior y del actual, y una proyección de existencias a 3, 4, y 6 meses, con base en la orden de pedido y las existencias actuales.

La siguiente evidencia fotográfica, con ánimo académico y de ilustración, pretende presentar evidencia de la labor realizada. Se observa la interfaz de las macros generadas en visual basic para generar los informes de rotación de inventarios

Figura 9

Generador de informes de rotación de inventarios



Nota: Interfaz generador de informes. Tomado de: Archivo JFD Mobile Parts SAS

La implementación de la plantilla permitió evidenciar de forma cuantitativa el comportamiento comercial de cada producto, filtrando la información para determinar los productos con mayor demanda y proyecciones de existencias a 3 y 4 meses, tiempo necesario para gestionar la compra internacional. Esta actividad ha disminuido los inventarios excesivos, la falta de existencias, y ha aumentado la eficiencia de la rotación de inventarios.

A partir de la implementación del informe de rotación de inventarios se logra aumentar el indicador en un 2% lo que evidencia un aumento en la eficiencia de la gestión del inventario, sin embargo, no se logra la meta del 4% planteado en el plan de trabajo, algunas de las circunstancias que impidieron lograr este resultado son: la crisis de contenedores vivida en los meses mayo y junio, que retrasaron las cargas y aumentaron los costos de importación y los bloqueos de Meta ads a las cuentas oficiales de la compañía, lo que impidió la promoción de campañas publicitarias, estos dos factores impactaron directamente a dos de las características principales que mide el indicador, el costo de promedio de inventario y las ventas. A continuación, se muestra los cálculos realizados y los resultados antes y después de la implementación del informe:

Figura 10

Fórmulas de Excel para rotación de inventarios

| ROTACIÓN DE INVENTARIO = | | | |
|------------------------------|---------------------|------------------|------------------------|
| | Costo de ventas | | |
| | Inventario promedio | | |
| ANTES DE LA PASANTÍA 15 DE I | | | |
| MES | INVENTARIO | COSTO DE VENTAS | ROTACIÓN DE INVENTARIO |
| NOVIEMBRE | 30339 | =(E8-(E8*45%)) | =F13/D13 |
| DICIEMBRE | 00049 | =(E9-(E9*45%)) | |
| ENERO | 96111 | =(E10-(E10*45%)) | |
| FEBRERO | 57846 | =(E11-(E11*45%)) | |
| DESPUES DE LA PASANTÍA | | | |
| PROMEDIO | =PROMEDIO(D8:D11) | =SUMA(F8:F11) | DESPUES |
| MARZO | 25103 | =(E14-(E14*45%)) | =F18/D18 |
| ABRIL | 57092 | =(E15-(E15*45%)) | |
| MAYO | 72886 | =(E16-(E16*45%)) | |
| JUNIO | 68220 | =(E17-(E17*45%)) | |
| PROMEDIO | =PROMEDIO(D14:D17) | =SUMA(F14:F17) | |

Nota: Formulas de rotación de inventarios

Figura 11

Cálculo de rotación de inventarios

| ROTACIÓN DE INVENTARIO = | | | |
|---|---------------------|-----------------|------------------------|
| | Costo de ventas | | |
| | Inventario promedio | | |
| ANTES DE LA PASANTÍA 15 DE NOV- 15 DE FEBRERO | | | |
| MES | INVENTARIO | COSTO DE VENTAS | ROTACIÓN DE INVENTARIO |
| NOVIEMBRE | 30.339 | \$ 104.769 | 47% |
| DICIEMBRE | 00.049 | \$ 928.724 | |
| ENERO | 96.111 | \$ 492.322 | |
| FEBRERO | 57.846 | \$ 389.579 | |
| PROMEDIO | 321.086 | \$ 215.393 | DESPUES |
| DESPUES DE LA PASANTIA | | | |
| MARZO | 25.103 | \$ 696.529 | 49% |
| ABRIL | 57.092 | \$ 305.378 | |
| MAYO | 72.886 | \$ 173.318 | |
| JUNIO | 68.220 | \$ 665.274 | |
| PROMEDIO | 380.825 | \$ 740.499 | |

Nota: Resultados de rotación de inventarios

Aumentar la rotación de inventarios significa una mejor gestión de las compras y un planteamiento adecuado de las estrategias comerciales, los productos pasan menos tiempo en las estanterías, lo que genera un retorno de la inversión más rápido y un aumento de la utilidad operativa. El planteamiento de esta estrategia aporta al cumplimiento del objetivo número tres del plan de trabajo, dónde se busca mejorar la rotación de inventarios a través de la gestión de compras internacionales con métodos cuantitativos.

6.1.2 Costeo

Se realizó el cálculo de los costos relacionados con los términos de negociación FCA y FOB, el primero incluye todos los costos y responsabilidades hasta cualquiera de las fronteras terrestres de Colombia, y el segundo asume las responsabilidades y costos hasta el cargue de la mercancía en el buque. Específicamente estos términos de negociación incluyen las siguientes responsabilidades para el vendedor:

FCA

1. Empaquetado y embalaje de la mercancía: El vendedor garantiza que la mercancía se encuentra correctamente protegida, consolidada, paletizada (Si aplica), y con etiquetado internacional

2. Transporte de la mercancía dentro del país de origen: Es deber del oferente costear y asumir las responsabilidades que implica transitar la mercancía dentro del país de origen hasta la frontera terrestre.

3. Proceso de exportación: El vendedor asume todas las responsabilidades económicas y documentales para realizar el proceso de salida conforme a ley de exportación del país de origen

4. Entrega de la mercancía al transportista: Finalmente la responsabilidad del vendedor termina en el momento que hace entrega de la mercancía al transportista designado por el comprador. (Ceballos, 2024)

FOB:

1. Empaquetado y embalaje de la mercancía: El vendedor garantiza que la mercancía se encuentra correctamente protegida, consolidada, paletizada (Si aplica), y con etiquetado internacional

2. Transporte de la mercancía dentro del país de origen: Es deber del oferente costear y asumir las responsabilidades que implica transitar la mercancía dentro del país de origen hasta el puerto acordado con el comprador.

3. Manipuleo en puerto: El vendedor asume los costos y responsabilidades de las maniobras e inspecciones que se realicen dentro del puerto.

4. Proceso de exportación: El vendedor asume todas las responsabilidades económicas y documentales para realizar el proceso de salida conforme a ley de exportación del país de origen, y aporta cualquier documento que requiera el comprador para poder realizar el proceso de importación.

Entrega en buque: El vendedor se responsabiliza por la mercancía hasta cuando la carga se encuentra descargada a bordo del buque. (Logisber, s.f.)

Las siguientes imágenes son evidencia del costeo para determinar el porcentaje de aumento del costo para ofrecer el precio FCA y FOB, teniendo como carga una cotización de un prospecto en Ecuador para determinar los volúmenes, pesos y valores de la mercancía, también se recopilan cotizaciones de transporte nacional, tarifas de servicios aduaneros para formalizar la exportación, manipulación en puerto, y seguro nacional.

Figura 12

Costeo de internacionalización con agencia aduanera All trans

| COSTOS | | | | |
|--|---------------|-----------|-----------|--|
| CONCEPTO | VALOR COP | VALOR USD | | |
| MERCANCIA SIN IVA | \$ 15.101.640 | USD 4.315 | | |
| TRANSPORTE INTERRAPIDISIMO VCIO-IPIALES | \$ 1.280.200 | USD 366 | | |
| INTERMEDIACIÓN ADUANERA | \$ 523.712 | USD 150 | | |
| GASTOS OPERATIVOS | \$ 304.500 | USD 87 | | |
| CERTIFICACIÓN DE ORIGEN | | | | |
| DOCUMENTACIÓN DE EXPORTACIÓN | \$ 83.318 | USD 24 | | |
| DIGITACIÓN SIGLO XXI | \$ 40.468 | USD 12 | | |
| BODEGAJE | \$ 280.000 | USD 80 | | |
| DESCARGUES Y CARGUE, MANIPULO DE CARGA | \$ 180.000 | USD 51 | | |
| IVA (19%) | \$ 309.864 | USD 89 | | |
| VALOR FCA | \$ 18.103.702 | USD 5.172 | USD 869 | COSTOS EN DINERO |
| TRANSPORTE PASO DE FRONTERA IPIALES-TULCÁN | \$ 650.000 | USD 186 | 20,14% | fca COSTOS |
| SEGURO (0,15%CIF)+ 12.000 COP | \$ 40.131 | USD 11 | USD 12,93 | COSTO X UNIDAD |
| VALOR CIP | \$ 18.793.833 | USD 5.370 | USD 1.252 | COSTOS EN DINERO CIP |
| AGENCIAMIENTO DE IMPORTACIÓN-NACIONALIZACIÓN DE MERCANCIAS | | USD 352 | 29% | AUMENTO EN PORCENTAJE SOBRE EL VALOR EXW |
| ARANCEL AD VALOREM | 15% | USD 805 | | |
| BASE IMPONIBLE | | USD 6.175 | | |
| FODINFA | 0,5% | USD 31 | | |
| PRECIO ANTES DE IVA | | USD 6.558 | | |
| IVA (12%) | 12% | USD 787 | | |
| PRECIO CON DDP CON IVA SIN DESCARGUE | \$ 25.707.326 | USD 7.345 | USD 4.315 | |
| PRECIO X UNIDAD CON DDP CON IVA SIN DESCARGUE | | USD 18,36 | 58,74% | |

Nota: Costeo de internacionalización con All trans

Figura 13

Costeo de internacionalización con agencia aduanera TCC

| COTIZACIÓN COSTOS DE EXPORTACIÓN | | | | |
|--|---------------|------------------|------------|---|
| CONCEPTO | COSTO COP | COSTO EN DOLARES | | |
| COSTO DE LA MERCANCIA CON IVA | \$ 15.101.640 | USD 4.314,75 | | |
| TRANSPORTE INTERRAPIDISIMO VILLAVICENCIO-IPIALES | \$ 1.280.200 | USD 365,77 | | |
| GASTOS VARIOS | \$ 101.000 | USD 28,86 | | |
| ELABORACIÓN DE DEX | \$ 22.000 | USD 6,29 | | |
| CORRECCIÓN DEL DEX | \$ 64.000 | USD 18,29 | | |
| CERTIFICADO DE ORIGEN | \$ - | USD - | | |
| TRANSMISIÓN MUISCA | \$ 32.000 | USD 9,14 | | |
| PLANILLAS DE TRASLADO | \$ 129.000 | USD 36,86 | | |
| ELABORACIÓN Y RADICACIÓN DE CRITERIOS DE ORIGEN | \$ - | USD - | | |
| DISPOSITIVOS ELECTRONICOS DE SEGURIDAD | \$ 22.000 | USD 6,29 | | |
| CARGUES Y DESCARGUES APROX | \$ 600.000 | USD 171,43 | 4661 | valor de la mercancia actual en dolares |
| TARIFA A/D | \$ 440.000 | USD 125,71 | 18,00% | PORCENTAJE DE LOS COSTOS |
| TOTAL FCA | \$ 17.791.340 | USD 5.083,38 | USD 776,53 | DIFERENCIA EN DINERO |
| FCA X PRODUCTO | \$ 44.479,60 | USD 12,71 | \$ 12,71 | COSTO FCA X UNIDAD |
| TRANSPORTE PASO DE FRONTERA IPIALES-TULCÁN | \$ 650.000 | USD 185,71 | | |
| SEGURO (0,15%) | \$ 27.663 | USD 7,90 | | |
| DERECHO DE EMISIÓN DEL SEGURO | \$ 12.000 | USD 3,428571429 | | |
| VALOR CIP | \$ 18.481.503 | USD 5.280,43 | | |
| VALOR CIP X PRODUCTO | \$ 46.204 | USD 13,20 | | |
| AGENCIAMIENTO DE ADUANAS EN DESTINO (ECUADOR) | \$ 901.600 | USD 257,6 | | |
| DEPOSITO ADUANOR (7 DIAS HÁBILES) | \$ 315.000 | USD 90 | | |
| ARANCEL AD VALOREM | 15% | USD 792,06 | | |
| BASE IMPONIBLE | | USD 6.072,49 | | |
| FODINFA | 0,5% | USD 30,36 | | |
| PRECIO ANTES DE IVA | | USD 6.450,46 | | |
| IVA (12%) | 12% | USD 774,05 | | |
| PRECIO CON IVA | | USD 7.224,51 | | |
| PRECIO DDP TULCÁN CON IVA SIN DESCARGUE | | USD 18,06 | | |

Nota: Costeo de internacionalización con TCC

Figura 14

Costeo de internacionalización con agencia aduanera DAP

| CONCEPTO | TASA | CANTIDAD |
|---|-------|--------------|
| COSTO DE LA MERCANCIA SIN IVA | | USD 4.314,75 |
| TRANSPORTE VICIO/TULCÁN | | USD 1.326,00 |
| CARGOS DE ORIGEN | | USD 360,00 |
| AGENCIAMIENTO ADUANERO EN ORIGEN | | USD 700,00 |
| VALOR FOB | | USD 6.700,75 |
| FOB + SEGURO = CIP | 0,15% | USD 6.710,81 |
| CARGOS EN DESTINO | | USD 390,00 |
| AGENCIAMIENTO ADUANERO EN DESTINO | | USD 403,00 |
| ARANCEL AD VALOREM | 15% | USD 1.006,62 |
| BASE IMPONIBLE | | USD 7.717,43 |
| FODINFA | 0,50% | USD 38,59 |
| PRECIO ANTES DE IVA | | USD 8.549,01 |
| IVA (12%) | 12% | USD 1.025,88 |
| PRECIO DDP CON IVA | | USD 9.574,89 |
| PRECIO X UNIDAD DDP CON IVA SIN DESCARGUE | | USD 23,94 |

Nota: Costeo de internacionalización con DAP

Se solicitaron cotizaciones con agencias de aduanas y se realizaron los cálculos correspondientes, se determinó que, para los términos FCA y FOB, el aumento de costos oscila entre un 20% y un 22% respecto al precio EXW. Es importante destacar que existe una diferencia aproximada de 2 puntos porcentuales entre el precio FCA y FOB. Esta diferencia se debe a que el término FOB incluye la manipulación en puerto, un costo adicional a los costos del término terrestre.

Este costeo internacional es esencial para establecer precios en diferentes términos de negociación en el mercado global. No es posible realizar una oferta comercial en el extranjero sin contar con un costo internacional calculado. Disponer de esta herramienta permite a la compañía conocer el precio de sus productos en negociación más atractivos para el mercado internacional que para el precio EXW, tomar decisiones fundamentadas y plantear estrategias informadas en una eventual negociación.

El costeo de la internacionalización hace parte del objetivo siete, dónde sea busca el desarrollo de herramientas para la negociación con clientes en el extranjero.

6.1.3 Procolombia

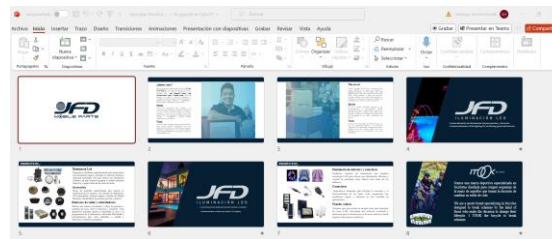
Se realizó el acompañamiento técnico de Procolombia, que tiene por objetivo establecer las bases para contar con las condiciones necesarias para iniciar procesos de exportación cumpliendo con la normatividad vigente y crear un perfil empresarial llamativo para posibles

clientes en el extranjero. Dentro del marco del apoyo técnico se desarrollan entregables para el cumplimiento del plan de trabajo establecido por Procolombia.

Dentro de ellos, el desarrollo de una presentación comercial para ferias empresariales y fichas técnicas que cumplen con las sugerencias entregadas por la entidad:

Figura 15

Presentación comercial



Nota: Presentación comercial de la compañía.

Figura 16

Ficha técnica led



Nota: Ficha técnica de iluminaria de piscina

También fueron gestionados los recursos entregados por la entidad, que deben ser utilizados en actividades orientadas a la internacionalización. De acuerdo con lo analizado en la matriz DOFA se determinó que una de las mejores herramientas para cumplir con este objetivo es el e-commerce, que dentro de JFD Mobile Parts se realiza a través de dos grandes canales: Página web y redes sociales. La compañía realiza campañas publicitarias a través Meta ads, un servicio prestado por la compañía Meta que agrupa a Facebook e Instagram, sin embargo, la compañía había dejado de percibir los ingresos que este canal generaba debido a que las páginas oficiales

habían sido sancionadas por Meta, debido a comportamientos que la plataforma consideró como fraudulentos. Recuperar las páginas oficiales es importante para continuar con el posicionamiento de las marcas en el mercado y para el cumplimiento de las metas comerciales de la compañía, por esta razón se inicia un proceso de recuperación en compañía de un experto que realizó todo el proceso, costado por los recursos que fueron entregados por la entidad Procolombia, ya que, consideran que es una herramienta útil para la internacionalización de la compañía, dentro de las funciones asignadas a la pasantía se encuentra la coordinación de la gestión documental necesaria para disponer de los recursos económicos del acompañamiento técnico. En el Anexo 3 se muestra el resumen de las actividades realizadas por el equipo de multimedia junto con el experto en Meta contratado para lograr recuperar los accesos a Meta ads.

En el Anexo 4 se presenta la factura emitida por la compañía a Fiducoldex, una de las fiduciarias de Procolombia, como parte del proceso de devolución de recursos. La factura incluye gastos de financiamiento para el registro del logo Itook, la marca GIOO, y recuperación de cuentas Meta ads

Además, dentro del acompañamiento técnico, se realizan alianzas con compañías capaces de ofrecer herramientas útiles para la internacionalización JFD. Al pertenecer al programa Comex 360 de Procolombia, se acceden a tarifas preferenciales con aliados de la entidad. En este caso, con JFD Mobile Parts creamos una alianza con la compañía DHL para tener acceso a un código que permite cotizar fletes internacionales con un descuento sobre la tarifa ordinaria, en la imagen se observa el mensaje de apertura de la cuenta empresarial en la plataforma de la transportadora.

Figura 17*Mensaje de bienvenida a la alianza con DHL*

Nota: Captura de pantalla mensaje de bienvenida. Recuperado de correo corporativo

También se inicia una alianza con Servade, una agencia de aduanas de nivel 1, con cuarenta años de experiencia en agenciamiento aduanero nacional (Servade, s.f.), se establecen los vínculos con la coordinadora aduanera de la compañía en la ciudad de Bogotá, recopilación de requisitos y recolección de firmas para cumplir con la documentación necesaria para iniciar los vínculos comerciales.

En el Anexo 5 se observa parte de la celebración del contrato de mandato aduanero entre Servade y JFD Mobile Parts, adicionalmente en el Anexo 6 se observa el sello de autenticación de la notaría primera de Villavicencio, que certifica que el representante legal celebró el contrato. Por motivos de seguridad todos los datos han sido protegidos.

Esta alianza comercial le permite a la compañía contar con un apoyo aduanero que brinda todas las garantías financieras, procedimentales y de conocimiento para dar información oportuna y verídica al momento de prestar sus servicios en las operaciones internacionales de la compañía, lo que disminuye los tiempos de nacionalización, los costos en las operaciones, mitiga riesgos y brinda confianza a los clientes sobre la procedencia de la mercancía.

Otro aliado que se integra a los colaboradores de JFD Mobile Parts es Deprisa, una compañía prestadora de servicios logísticos con más de 1200 destinos, que cuenta con la flota de aérea más grande del país (Deprisa, s.f.), lo que le permite ser una de las transportadoras que más rápido entrega la paquetería. Esta alianza es importante para la compañía porque disminuye los tiempos de entrega a los clientes, ya que, la sede principal se encuentra en Villavicencio, un lugar que no está ubicado estratégicamente para la gestión logística. En el Anexo 7 se observa la plataforma entregada a la compañía para realizar las guías de entrega, consultar estados de envíos y emitir informes.

Estas tres alianzas estratégicas contribuyen al cumplimiento del objetivo 6 del plan de trabajo, que tenía como fin la mejora competitiva en mercados nacionales e internacionales a través de la creación de tres alianzas que le brindan a la compañía herramientas de mejora como las soluciones logísticas que ofrecen DHL y Deprisa, y la habilidad y seguridad en procesos aduaneros que ofrece Servade.

6.1.4 Registro de marca

JFD Mobile Parts SAS tiene como principio dentro de su filosofía empresarial la creación y posicionamiento de marca, es por esto, que resulta relevante para la compañía la protección de estas, se inicia el proceso de protección de símbolos distintivos para la marca ITOOK y GIOO, las cuales ya se encuentran radicadas ante la superintendencia de industria y comercio y se encuentran en periodo de espera para ser aprobada. En los Anexos 8 y 9 se observan un resumen de los registros de los procesos de protección de marca frente a la superintendencia de industria y comercio del nuevo logo de Itook y la marca GIOO.

La internacionalización trae consigo beneficios, pero también puede representar un riesgo para los activos de la compañía, las marcas constituyen un activo intangible que aportan valor a JFD Mobile Parts, para protegerlas se registran ante la superintendencia de industria y comercio para así evitar que sean utilizadas por otras compañías sin autorización.

6.2. Indicadores

La medición cuantitativa de los procesos y de la ejecución de los recursos es fundamental para lograr determinar la eficiencia operativa, encontrar con facilidad puntos de mejora, evitar la pérdida de recursos, identificar fortalezas, lo que permite una toma de decisiones informadas que disminuyen riesgos para la compañía. JFD Mobile Parts contaba únicamente con los indicadores contables que son obligatorios para el cumplimiento de los deberes fiscales, por esta razón, se establecieron indicadores para cada una de las áreas.

6.2.1 Indicadores de cartera

JFD Mobile Parts SAS es una compañía que cuenta con un sistema de crédito para sus clientes como una facilidad de pago y una ventaja competitiva. Esto representa la responsabilidad de contar con talento humano que recaude la deuda de manera oportuna para no afectar los flujos de caja y evitar riesgos financieros, sin embargo, no contaba con indicadores que establezcan la capacidad de recaudo o el periodo de cobro, datos importantes para determinar cómo los costos financieros afectan las utilidades de la compañía. Es por esto, que se recopiló información relacionada con cartera de la base de datos y se calcularon indicadores que ayudan a la compañía a saber con mayor veracidad su eficiencia en recaudo.

Indicador de rotación de cartera

Tabla 1

Variables indicadoras de cartera

| VARIABLE | DESCRIPCIÓN |
|------------|---|
| RC | Rotación de cartera en un periodo determinado |
| IRC | Índice de rotación de cartera |
| P | Periodo de tiempo a evaluar |
| CI | Cartera inicial del periodo |
| CF | Cartera final del periodo |
| VC | Ventas a crédito del periodo |

Nota: Tomado de Gerencie

Figura 18*Fórmula de rotación de cartera*

| |
|--|
| $RC = \frac{\text{NÚMERO DE DÍAS DEL PERIODO(P)}}{\text{ÍNDICE DE ROTACIÓN DE CARTERA(IRC)}} = \text{No de días que se tarda en rotar la cartera}$ |
|--|

Nota: Tomado de (Gerencie, s.f.)

Figura 19*Fórmula de índice de rotación de cartera*

$$IRC = \frac{\text{Ventas a crédito del periodo}}{\left(\frac{\text{Cartera inicial} + \text{Cartera final}}{2} \right)}$$

Nota: Tomado de (Gerencie, s.f.)

El cálculo de rotación de cartera le permite a la compañía saber el periodo de tiempo medido en días que tarda la compañía en renovar totalmente su cartera, es decir, el tiempo en el que los deudores han cancelado la totalidad de sus carteras antiguas y han renovado o pagado su deuda. Conocer este valor es útil para el cálculo de los costos financieros, ya que, la compañía también se apalanca en crédito para lograr tener la liquidez necesaria para continuar con su operación y cada día de no pago representa un costo para la compañía.

Figura 20*Cálculo de rotación de cartera JFD Mobile Parts SAS*

| | | |
|--------------------------|---|--------------------------------|
| ROTACIÓN DE CARTERA 2023 | | |
| RC | = | $\frac{365}{11,16653348} = 33$ |

Nota: Resultados de rotación de cartera

El rango que se puede considerar normal en el indicador varía de acuerdo a la actividad comercial a la que se dedica la compañía, para JFD que cuenta con créditos a un plazo de 30 días, es significativo contar con un indicador cercano a ese valor, en promedio sus pagos se retrasan 3 días, el impacto de este corto periodo adicional es bajo, sin embargo, el objetivo debe ser llegar al

óptimo de los 30 días, e incluso incentivar al cliente a recoger su cartera en un tiempo inferior al otorgado en el crédito.

Indicador de recaudo de cartera

Dentro de cualquier organización los flujos de caja son esenciales para el cumplimiento de sus obligaciones, la planificación financiera, la toma de decisiones estratégicas y la gestión de riesgo. JFD Mobile Parts cuenta con un flujo de caja, pero no cuenta con un indicador que le permita evaluar su capacidad de convertir la cartera en liquidez, por esta razón, se calcula el indicador de recaudo de cartera que evalúa porcentualmente la capacidad de la compañía de recoger deuda con respecto a las ventas del mes anterior. Se toman las ventas del mes inmediatamente anterior porque la mayor parte de la cartera cuenta con crédito a 30 días, y porque es un valor cercano al hallado en el indicador de rotación de cartera. Al realizar los cálculos se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 2

Porcentaje recaudo de cartera 2023

| Año | Mes | Porcentaje |
|------|----------------|------------|
| 2022 | Diciembre | |
| 2023 | Enero | 68,96% |
| 2023 | Febrero | 108,97% |
| 2023 | Marzo | 82,34% |
| 2023 | Abril | 68,99% |
| 2023 | Mayo | 111,42% |
| 2023 | Junio | 79,90% |
| 2023 | Julio | 105,49% |
| 2023 | Agosto | 107,31% |
| 2023 | Septiembre | 72,52% |
| 2023 | Octubre | 79,74% |
| 2023 | Noviembre | 86,76% |
| 2023 | Diciembre | 90,89% |
| | Total promedio | 88,61% |
| | 2023 | |
| 2024 | Enero | 89,82% |
| 2024 | Febrero | 80,92% |

Nota: Resultados de recaudo de cartera

Se establece que un rango porcentual que se sitúa entre el 90%-100% o superior se considera como bueno, entre el 80%-90% se considera como promedio o normal, y un rango de recaudo inferior a 80% se considera como deficiente, se sugiere a la compañía continuar analizando los datos de recaudo para determinar si el comportamiento hallado en los meses de enero, abril y septiembre son recurrentes o son situaciones aisladas, de encontrarse con una recurrencia debe evaluarse que el dato tenga representatividad para implementar estrategias de mayor recaudo en esos meses o ajustar el flujo de caja.

Tabla 3

Meta de recaudo propuesta

| Descripción | Porcentaje |
|------------------------------|------------|
| Promedio de recaudo | 88,61% |
| Porcentaje de aumento (Meta) | 1,00% |
| Promedio para alcanzar | 89,61% |

Nota: Propuesta de recaudo de cartera

Una vez hallado el promedio de recaudo de cartera anual de la compañía, se propone una meta para el personal de cartera para aumentar en un punto porcentual el recaudo promedio. Lo que significaría para la compañía un aumento de más de \$50.000.000 de pesos en su liquidez.

6.2.2 Indicador de logística

Dentro de la misión de la compañía se encuentra la promesa de valor de brindar a sus clientes un excelente servicio, por lo que la habilidad y tiempos para realizar las entregas y la resolución de problemas de envíos es tan relevante para la compañía. Se recopiló información sobre los tres principales transportistas para la compañía para medir su capacidad de entrega por ciudad, y los costos promedio que representan para la compañía en la operación, para así determinar el mejor transportista tiempo-costo para cada una de las ciudades donde se encuentran los clientes. Estos fueron algunos de los resultados que se obtuvieron:

Tabla 4*Indicador de entregas*

| Ciudad de destino | Servientrega | Deprisa | Transcarga | Transportadora más rápida | Transportadora más económica |
|----------------------|--------------|---------------|---------------|---------------------------|------------------------------|
| Acacias | 1 | No encontrado | No encontrado | Servientrega | Servientrega |
| Envigado | 2 | No encontrado | 2,75 | Servientrega | Servientrega |
| Cajicá | 2 | No encontrado | 1 | Transcarga | Servientrega |
| Buga | 3 | No encontrado | 3,5 | Servientrega | Transcarga |
| Pereira | 3 | No encontrado | 2,85714286 | Transcarga | Servientrega |
| Sincelejo | 3 | No encontrado | No encontrado | Servientrega | Servientrega |
| Barranquilla | 3,33333333 | 2,66666667 | No encontrado | Deprisa | Deprisa |
| Villanueva | 7,5 | No encontrado | No encontrado | Servientrega | Servientrega |
| Cartagena | 3,5 | 2 | No encontrado | Deprisa | Deprisa |
| Santa Marta | 3,66666667 | 1 | No encontrado | Deprisa | Servientrega |
| Santafé de Antioquia | 4 | No encontrado | No encontrado | Servientrega | Servientrega |
| Montería | 4 | 2,75 | No encontrado | Deprisa | Servientrega |
| Sahagun | 4 | No encontrado | No encontrado | Servientrega | Servientrega |
| Valledupar | 4 | 2 | No encontrado | Deprisa | Servientrega |
| Aguachica | 5 | No encontrado | No encontrado | Servientrega | Servientrega |
| Codazzi | 5 | No encontrado | No encontrado | Servientrega | Servientrega |
| Charalá | 5 | No encontrado | No encontrado | Servientrega | Servientrega |
| Fusagasugá | 5,5 | No encontrado | 2,66666667 | Transcarga | Transcarga |

Nota: Resultados de indicador de entregas

El indicador de entregas le permite a la compañía contar con una base de datos de consulta por ciudad para determinar cuál transportadora ofrece la entrega más rápida a un costo competitivo, beneficiando a JFD Mobile Parts en la disminución de sus costos de envío y mejorando la experiencia de los clientes con sus tiempos de entrega.

La alianza con Deprisa ha logrado mejorar los tiempos de entrega de la compañía, ya que, Servientrega tiene un promedio de entrega de 3.8 días, Transcarga de 2.52, y Deprisa de 2.07, lo que representa una reducción aproximada del 35% en el tiempo promedio de entrega.

6.2.3 Indicadores comerciales

El equipo comercial realiza un trabajo fundamental porque es el canal por el cual la compañía se comunica con sus clientes. JFD Mobile Parts cuenta con un indicador de ventas donde se relacionan las metas comerciales de cada vendedor, el monto vendido a una fecha de corte determinada y la proyección de ventas al final del corte, pero no cuenta con ningún indicador que mida el rendimiento en otro aspecto diferente a las ventas. Por esta razón se calculó el valor porcentual de devoluciones del 2023, el volumen de compras por cliente y la relación de prospectos que no se convirtieron en clientes. A continuación, se relacionan las fórmulas implementadas

Figura 21

Fórmula de indicador de devoluciones

$$\text{Ratio de devoluciones} = \frac{(\text{Devoluciones})}{(\text{Compras})} \times 100$$

Nota: Tomado de: (Centro Europeo de Posgrado y Empresa, s.f.)

Figura 22

Fórmula de indicador de compras por cliente

$$\text{Volumen de compras por cliente} = \frac{(\text{Total de ventas})}{(\text{Total de clientes})}$$

Nota: Formula indicador de compras discriminado por cliente

Figura 23

Fórmula de prospectos no concretados

$$\text{Prospectos} = \frac{(\text{Total de ventas})}{(\text{Total de ventas no concretadas})}$$

Nota: Indicador de prospectos no concretados

El indicador de devoluciones le permite a la compañía conocer que porcentaje del valor de la mercancía fue regresada, y así saber cuál fue el volumen de ventas efectivas reales. El volumen de compras por cliente ayuda al equipo comercial a entender cuánto dinero podría significar para la compañía cada prospecto y finalmente, conocer la cantidad de ventas que no fueron concretadas permite determinar la capacidad de la compañía para conseguir clientes nuevos.

6.2.4 Indicador de Multimedia

Para las compañías es importante entender las dinámicas del mercado, cada nicho cuenta con un comportamiento propio de sus características, sin embargo, existen generalidades que aplican para todos los mercados, una de estas generalidades es la virtualización del comercio que en los últimos años ha tenido un crecimiento exponencial, y tuvo un impulso de crecimiento adicional a raíz de la pandemia del COVID 19, JFD Mobile Parts entendió el cambio que tuvo el comercio en los canales de ventas y decidió desarrollar su página web, e iniciar una campaña de posicionamiento de redes sociales desde el 2020. Dentro de las estrategias que permiten el cumplimiento de este objetivo se encuentra la posibilidad de invertir dinero en pautas publicitarias, y la compañía ha utilizado esta herramienta a su favor, es por esto, que surge la necesidad de calcular el retorno de inversión de las pautas generadas por el equipo de multimedia. Para realizar el cálculo se sugirió la siguiente fórmula: $ROI = ((BENEFICIO - INVERSIÓN) / INVERSIÓN) * 100$ (BBVA, 2024)

El indicador permite determinar el retorno de la inversión para conocer cuáles fueron las ganancias que generó una campaña publicitaria a través de Google ADS y Meta ADS, esto es relevante porque permite conocer si las campañas están generando un impacto y la viabilidad de continuar invirtiendo recursos en el pago de publicidad. En el anexo 10 se presenta el informe de ventas entregado por el departamento de multimedia para la línea de iluminación led.

El ROI calculado para el mes de mayo fue de un 900%, lo que convierte al ecommerce en el canal de ventas más rentable de la compañía por sus bajos costos y sus altos niveles de venta.

NOTA: Los indicadores fueron aplicados a la compañía con valores reales del ejercicio de la actividad económica de la compañía, pero debido a la cláusula de confidencialidad que se encuentra dentro de mi contrato de aprendizaje no es posible mostrar la totalidad de los resultados.

7. Plan de mejora

7.1. Objetivos

7.1.1 Objetivo general del plan de mejora

En los próximos cuatro meses, como auxiliar de compras internacionales desarrollar y presentar un plan de mejora para la compañía JFD Mobile Parts SAS, que incluya un análisis detallado de la situación actual, al menos tres propuestas de mejora específicas y un plan de internacionalización con estrategias claras para el corto, mediano y largo plazo. El plan debe ser presentado al director administrativo y financiero para su evaluación y aprobación, con el fin de establecer las bases para la creación del departamento de internacionalización.

7.1.2 Objetivos específicos

I. En los próximos dos meses, recopilar información relevante para identificar las falencias internas relacionadas con el área internacional de la compañía, aplicando las matrices DOFA y PESTEL. Este proceso incluye la elaboración de un informe detallado con al menos cinco áreas clave de mejora y una presentación de los hallazgos.

II. Generar una guía para la creación del departamento de internacionalización que cuente con tareas, tiempos y funciones específicas.

III. Crear una guía para la reorganización del departamento de logística.

IV. Plantear una guía para la creación del departamento de innovación y desarrollo que cuente con tareas y funciones específicas.

7.2. Contexto

Tras dos meses de práctica empresarial, acompañamiento y actividades, y según las características de la compañía se determina que JFD Mobile Parts es una empresa dedicada a la comercialización de tecnología y artículos deportivos con fin de lucro, bajo la misión de convertirse en un referente nacional e internacional ofreciendo estándares de calidad, definida

como empresa pequeña según los criterios de clasificación del Capítulo 13 del decreto 957 de 2019 (Presidencia de la República de Colombia, 2019), cuenta con un funcionamiento internacional debido a las compras que realiza en China para abastecer su inventario sin embargo la totalidad de la red de clientes es de origen nacional. Se logra identificar la necesidad de realizar acciones dirigidas al área internacional, ya que las actividades que se realizan son solo las necesarias para abastecer el stock y no hay talento humano, presupuesto ni acciones dirigidas a preparar, buscar y consolidar la internacionalización. Una vez identificadas las oportunidades de mejora se realiza un plan de trabajo con propuestas y acciones orientadas al mejoramiento transversal de todas las actividades que se involucran en el ámbito internacional para fortalecer la reciente subdependencia de compras internacionales, a través de la creación de un plan de mejora, que tiene como fin establecer los lineamientos y las bases de un departamento de internacionalización que le permita a la compañía alcanzar los objetivos trazados.

7.3. Problemática

Si bien JFD Mobile Parts SAS es una compañía que realiza comercio exterior desde el año 2014, se identifica que en el contexto internacional no se realizan acciones que permitan un crecimiento más allá del abastecimiento de producto, tampoco existen convenios que le brinden herramientas para lograr avances en este ámbito, no se logra visibilizar un equipo de trabajo dedicado a la internacionalización, lo que implica que la responsabilidad de todas las tareas del área recaigan sobre el gerente general, limitando el crecimiento empresarial a la capacidad de acción de una única persona. El bajo crecimiento del PIB nacional en el último trimestre del año 2023 (El Espectador, 2024) es un factor relevante para impulsar la internacionalización en búsqueda de mercados que le permitan a la compañía un campo de acción más amplio con el objetivo de tener un crecimiento más rápido y estable.

7.4. Justificación

La economía en un mundo globalizado es de carácter mundial y todos los agentes económicos deben asumir los retos que implica esta realidad. Todas las compañías se ven impactadas por esta globalización de mercados, aun cuando toda su red de clientes sea de carácter

nacional, porque su competencia puede ser de cualquier parte del mundo. El fortalecimiento de la capacidad operativa internacional permite aprovechar beneficios a corto, mediano y largo plazo. Como la ampliación de mercado, la mitigación de riesgos, la disminución de costos por economías de escala, reconocimiento de marca, y mayor facilidad para movilidad de talento humano.

La propuesta plantea el fortalecimiento del área de compras internacionales para establecer las bases del desarrollo de un departamento de internacionalización, se busca la recopilación de información detallada sobre los procesos que se realizan en la planeación, ejecución y recepción de compras internacionales para establecer acciones internas que permitan ejecutar tareas orientadas hacia la optimización de los recursos y procesos del área internacional. Además, se proponen alianzas que aporten valor a la compañía con el fin de mejorar la competitividad de JFD Mobile Parts en el ámbito internacional.

7.5. Planteamiento de una solución

Por lo anterior, se propuso como solución el fortalecimiento de la subdependencia del área de compras internacionales y el desarrollo paulatino del departamento de internacionalización bajo un plan de mejora. Este plan será una guía ejecutada por los diferentes grupos de trabajo organizados en departamentos de diferentes enfoques profesionales pero que intervienen de manera directa o indirecta en la internacionalización de la compañía. Permitiendo a corto plazo el desarrollo de buenas prácticas empresariales, la optimización de procesos, la implementación de tecnologías, disminución de costos, satisfacción de colaboradores y la mejora de imagen comercial, a mediano plazo permitirá ampliar mercado con clientes internacionales, mejorar la capacidad de negociación, aumento de presencia y reconocimiento de marca, con vistas al largo plazo un departamento de investigación y desarrollo, diseño y fabricación de productos con especificaciones únicas de la compañía, posicionamiento internacional de marca por innovación, disminución de costos por economías a escala, movilización de talento humano y aumento de rendimientos de los socios.

7.5.1 Subdependencia de compras internacionales

Dentro de las actividades que la nueva subdependencia debe realizar, se encuentran:

- Activar y modificar las herramientas del sistema con relación a la rotación de inventarios
 - Realizar informes y seguimientos de la rotación de inventarios internacionales
 - Realizar proyecciones de compras de acuerdo con los tiempos de fabricación, alistamiento, transporte, nacionalización y ventas, con el fin de no generar ventas perdidas por falta de inventario
 - Realizar ordenes de compras internacionales
 - Realizar seguimiento de las ordenes de fabricación y estado de la mercancía internacional
 - Coordinación con agencia de aduanas para la recepción, transporte y nacionalización de la mercancía
 - Verificación de la facturación de los costos de importación y notificación a pagos
 - Cargar al sistema de inventarios las mercancías internacionales
 - Causar costos y gastos de importación de terceros

7.5.2 Departamento de internacionalización

Actualmente la compañía JFD Mobile Parts SAS no cuenta con un departamento de internacionalización que dirija las actividades que se encuentran dentro del marco internacional y sus relaciones públicas, lo que resulta en una sobrecarga de funciones en el gerente administrativo y financiero, teniendo como consecuencia una baja eficiencia del área. Un departamento especializado podrá concentrarse en el desarrollo de estrategias que permitan lograr convenios, colaboraciones empresariales, participaciones en macro ruedas, eficiencia en los procesos, ampliación de mercado, aumento de la competitividad, disminución de tiempos de gestión, disminución del impacto del riesgo país, presencia y reconocimiento internacional.

Por lo anterior, el establecimiento de un departamento internacional permitirá contar con una división dedicada a la gestión internacional y posibilitará la implementación de una estructura empresarial más sólida. La creación del departamento no solo conllevará ventajas para la compañía, sino que también generará beneficios para la comunidad empresarial involucrada.

Algunos de estos beneficios son:

- Alianzas estratégicas que permitan el desarrollo y la investigación
- Experiencias interculturales
- Cooperación internacional
- Disminución generalizada de los precios
- Aumento de las utilidades
- Espacios de capacitación a agentes inmersos dentro de las líneas de negocio

Se plantea un cronograma de actividades a ejecutar y la estructura del departamento con las funciones específicas de cada colaborador. En el cuadro se relacionan las actividades generales para constituir el departamento de internacionalización

Tabla 5

Cuadro de actividades generales

| Ítem | Desde | Hasta | Tarea | Descripción | Responsable |
|------|-----------|-----------|--|--|---------------------------------------|
| 1 | 1/01/2026 | 8/01/2026 | Determinar las necesidades de talento humano | Revisar la cantidad de operaciones internacionales que se encuentra realizando el auxiliar de compras internacionales, tanto en el área de importaciones como de exportaciones, de acuerdo con esto, determinar la cantidad de personal y las características de este. | Líder de compras, auxiliar de compras |

Tabla 5

Continuación

| | | | | | |
|---|-----------|------------|---|---|----------------------------------|
| 2 | 9/01/2026 | 30/01/2026 | Realizar el proceso de selección e ingreso de talento humano | Realizar la búsqueda de talento humano con aptitudes orientadas hacia el comercio exterior, negocios internacionales, legislación aduanera a fines, con un grado académico técnico, tecnólogo o profesional según lo demande las circunstancias de la compañía en el momento. | Talento humano, líder de compras |
| 3 | 1/02/2026 | 28/02/2026 | Establecer la formación del departamento en el estatuto orgánico de la compañía | Solicitar al departamento jurídico de la compañía la adhesión de los derechos y deberes de cada una de las partes en el nuevo departamento. | Departamento jurídico |

Tabla 5*Continuación*

| | | | | | |
|---|------------|------------|--|--|--|
| 4 | 01/0/2026 | 9/02/2026 | Establecimiento de metas y asignación de presupuesto al departamento | Determinar las metas comerciales, temporales, e indicadores de medición cuantitativa de eficiencia, asignación y distribución del presupuesto en las actividades | Gerente comercial, Gerente administrativo y financiero |
| 5 | 10/02/2026 | 30/04/2026 | Realizar un estudio de mercado para aumentar la cuota de mercado internacional | Búsqueda de nuevos clientes en el extranjero, relación de prospectos, reuniones de negociación, ampliar la representación del mercado internacional en por lo menos un 5%. | Líder de compras, auxiliar de compras |

Tabla 5

Continuación

| | | | | | |
|---|-----------|------------|------------------------|---|---|
| 6 | 1/05/2026 | 30/06/2026 | Correría internacional | Realizar visitas a los clientes internacionales actuales, evaluar la experiencia comercial con la compañía, visita de prospectos, visita a posibles colaboradores internacionales (Transportistas, agencias de aduana, cedis) | Equipo comercial, líder de compras, auxiliar de compras |
|---|-----------|------------|------------------------|---|---|

Nota: Organigrama de actividades detallado

En el anexo 11 se observa un organigrama base para el departamento de internacionalización

En la siguiente tabla se establecen las funciones y responsabilidades de cada colaborador dentro del departamento de internacionalización.

Tabla 6

Funciones y responsabilidades del departamento de internacionalización

| CARGO | FUNCIONES | PERSONAL A CARGO |
|-------------------------------|---|--|
| Líder de internacionalización | Gestión presupuestal, supervisión de gestión logística con proveedores extranjeros, supervisión de gestión de inventarios, evaluación de compras y ventas internacionales, supervisión de KPIS. | Coordinador de internacionalización, auxiliar de compras internacionales, auxiliar de ventas internacionales |

Tabla 6*Continuación*

| | | |
|-------------------------------------|--|---|
| Coordinador de internacionalización | Ejecución presupuestal, realización de ordenes de compras internacionales, gestión de inventarios internacionales, negociación con prospectos y colaboradores y realizar la correría internacional. | Auxiliar de compras internacionales, Auxiliar de ventas internacionales |
| Auxiliar de compras internacionales | Presentar cada dos semanas al coordinador(a) internacional un informe de administración de inventarios internacionales con la relación de necesidad de compras, organizar y entregar documentación de importación, verificación de facturación de las operaciones, cotización de fletes, presentar dos veces a la semana un informe del estado de cargas, causar costos y gastos de compras internacionales, contabilizar inventarios en World Office. | No aplica |
| Auxiliar de ventas internacionales | Presentar mensualmente al coordinador(a) un informe de ventas y cartera internacional, organizar y entregar documentación de ventas, verificación de facturación de las operaciones, cotización de fletes, organizar y entregar documentación de exportación, presentar dos veces a la semana un informe de garantías, causar costos y gastos ventas internacionales, inventarios en World Office. | No aplica |

Nota: Propuesta roles y funciones del departamento de internacionalización

7.5.3 Reorganización departamento de logística.

Luego de realizar la matriz DOFA, se determina que una de las debilidades de la compañía es su gestión logística, por esta razón se propone una reorganización del departamento que busca mejorar su eficiencia. En el anexo 12 se relaciona una propuesta de la composición del departamento

En la siguiente tabla se relacionan las responsabilidades de cada colaborador que conforma el departamento

Tabla 7

Funciones departamento logística

| CARGO | FUNCIONES | PERSONAL A CARGO |
|-----------------------|--|---|
| Coordinador logístico | Supervisión de inventarios, planificación estratégica, negociación de tarifas con transportistas, garantizar la seguridad del área, gestión de recursos, optimización de envíos, análisis de datos de entregas y vigilar el cumplimiento normativo | Conductor, auxiliar de bodega, empacador, auxiliar de garantías y postventa |
| Conductor | Conducción segura, realizar mantenimiento de los vehículos, carga y descarga, cumplimiento de rutas, presentar a coordinador logístico reportes de viaje | No aplica |

Tabla 7*Continuación*

| | | |
|-----------------------------------|---|-----------|
| Auxiliar de bodega | Realizar guías de transporte, revisión de pedidos, facturación, recepción de mercancía y despiece de bicicletas | No aplica |
| Empacador | Alistamiento de pedidos, embalaje de mercancías, y revisión de información de facturación y guía de transporte | No aplica |
| Auxiliar de garantías y postventa | Gestión de reclamos de garantía, verificación documental para la gestión de garantía, remitir las garantías al área de asistencia técnica, comunicación con clientes, actualización de registros y envíos de devolución | No aplica |

Nota: Propuesta de roles y funciones de reorganización departamento de logística.

7.5.4 Unidad de investigación, desarrollo e innovación (I+D+I)

Una de las propuestas de valor de la compañía es la innovación y para convertirse en un líder en el área dentro de la industria es necesario contar con talento humano que desarrolle nuevas soluciones para el mercado, y es por esto, que surge la necesidad del departamento. En los anexos 13 y 14 se relacionan el organigrama del departamento y las funciones de cada colaborador.

8. Identificación de figuras

En el anexo 15 se presenta un esquema de soluciones que detalla el objetivo, medios y fines del plan de mejora que se propone para lograr cambios que beneficien el desempeño del área internacional

9. Impacto del plan de mejora

El plan de mejora propuesto en el proceso de internacionalización contiene actividades encaminadas a contribuir al alcance de los objetivos organizacionales de JFD Mobile Parts SAS en el largo plazo, generar cambios inmediatos en el corto plazo, y planificar otros al mediano plazo. Plantea unos lineamientos que las directivas pueden aplicar paulatinamente en cada división de la compañía. Además, el fin último del plan de mejora, es el establecimiento de un departamento o división de internacionalización que genera cambios en las dinámicas entre los departamentos y requerirá comunicación y coordinación para alcanzar el objetivo de iniciar la presencia internacional de la compañía.

Por lo tanto, el impacto del plan de mejora propuesto para JFD Mobile Parts SAS se refleja en la mejora de la gestión internacional de compras, ventas y relaciones exteriores, trayendo los beneficios que ofrece el reconocimiento y relacionamiento internacional con entes gubernamentales, colaboradores, instituciones de educación superior y aliados comerciales. Esto se refleja en la ampliación de mercados, contratación pública a través de licitaciones a nivel internacional, aumento de talento humano capacitado en diferentes áreas de conocimiento y un crecimiento generalizado de los ingresos económicos de la compañía. Lo que contribuye a formular planes de consolidación internacional, aumento de la competitividad, la creación de un departamento de investigación y desarrollo y un aumento en el bienestar en los colaboradores. Los beneficios del plan de mejora no serán exclusivos de la compañía, sino de la comunidad externa, creando nuevas ofertas laborales, alianzas con compañías locales, desarrollo de actividades lúdicas de participación comunitaria, apoyo a deportistas de la región, y la creación y recopilación de conocimiento. En los anexos 16 y 17 se observa una comparación del organigrama empresarial previo a la aplicación del plan de mejora, y uno luego de haberlo culminado.

10. Conclusiones

Es así como la práctica profesional en JFD Mobile Parts SAS se concluye de manera satisfactoria, ya que se realizaron las actividades previstas dentro de las funciones asignadas por la compañía y el plan de trabajo. Gracias al apoyo brindado por parte de los colaboradores fue posible una rápida adaptación a las responsabilidades que fueron otorgadas. De esta manera, una vez comprendido el funcionamiento empresarial en JFD, se logró identificar oportunidades de mejora y, proponer un plan de mejora beneficioso para los objetivos de la compañía. El objetivo es fortalecer a mediano plazo el área internacional de JFD Mobile Parts para lograr entrar a los mercados extranjeros y fortalecer los lazos con los proveedores en el exterior. La labor desarrollada permitió establecer las bases para la internacionalización en una compañía que beneficia a la economía local. La academia tiene muchas herramientas que permiten al sector empresarial mejorar, optimizar, realizar, cambiar o evaluar los procesos empresariales y esto se convierte en una plataforma para que el sector privado logre sostenerse y tener una mejora continua, muestra de esto es la aplicación de las matrices DOFA y PESTEL que le permiten a la compañía contar con una guía para encontrar sus falencias, reconocer sus fortalezas, hallar oportunidades y protegerse de las amenazas. JFD Mobile Parts cuenta con gran presencia nacional pero los objetivos de crecimiento del año anterior no fueron los esperados, esto como consecuencia de la contracción del mercado de bicicletas y la disminución de las obras civiles en el país (Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia (DANE), 2024), sectores económicos estrechamente relacionados con las actividades económicas de la compañía, es por esto, que se concluye que es necesario la implementación de un plan de internacionalización para lograr ampliar el mercado y mitigar el riesgo de dependencia de la economía colombiana.

Por otro lado, luego de haber analizado la información recolectada y en el ejercicio diario de las funciones, se determina que es necesario conformar un equipo de trabajo en el área internacional, la implementación del plan de mejora ayudará a la creación de un departamento internacional que beneficiará a la compañía en la medida que permitirá la liberación de las tareas de compras al gerente y le permitirá orientar sus funciones a la búsqueda, implementación y evaluación de estrategias que contribuyan al crecimiento empresarial, esto será posible con un trabajo transversal previo en organización, distribución de funciones, ampliación del talento humano, y una asignación de presupuesto. El equipo de trabajo internacional es necesario porque

la mayor parte de los inventarios de la compañía provienen del exterior, por lo que, un grupo especializado en el área de compras internacionales mitigará drásticamente el margen de error en la adquisición de mercancías, a través de la implementación de modelos de proyección de demanda que evitarán los excesos de inventarios en algunos artículos y la falta de existencias en otros, muestra de esto es el modelo de demanda implementado en la práctica con la matriz de macros utilizada para proyectar las compras con base en los datos de ventas de 14 meses aproximadamente y que permitió aumentar la rotación de inventario en más de un 3%, aumentando el flujo de caja y disminuyendo las pérdidas por inventarios con excesos de existencias.

Además de lo anterior, también es necesario estrechar los lazos comerciales con colaboradores externos que le brinden ventajas a la compañía, como la del acompañamiento técnico con Procolombia que ha sido ejecutada hasta el momento con éxito, esta alianza facilita el proceso de exportación, acerca a la compañía a bases de datos, funciona como canal de comunicación con otras compañías que prestan servicios complementarios, y brindan recursos económicos necesarios para la creación o adaptación de herramientas, gracias a este acompañamiento se logra el establecimiento de la alianza comercial con DHL internacional para realizar envíos a otros países con unas tarifas especiales. Continuar en la búsqueda de este tipo de alianzas le brindará a JFD la oportunidad de acceder a beneficios que son propios de los acuerdos bilaterales o multilaterales, pero estos acuerdos serán posibles si existe talento humano dispuesto para la búsqueda y acompañamiento del proceso de alianza.

Asimismo, Procolombia también acerca a la compañía a la presentación en ferias internacionales diseñadas para que las compañías locales logren encontrar clientes en el exterior, para lograr la asistencia a estos eventos es necesario cumplir con algunos requisitos, es por esto, que junto con el equipo de multimedia se desarrolló un perfil empresarial internacional dentro del apoyo técnico.

Por otro lado, el constante seguimiento cuantitativo de la eficiencia de cada área le permite a la compañía conocer con mayor precisión su situación respecto a los factores internos y externos, controlar y distribuir el presupuesto de forma adecuada, aumentar su capacidad de negociación con las entidades financieras, la detección temprana de errores y una planeación financiera más acertada.

Finalmente, lo aportado como profesional, es un plan de mejoramiento que se ha denominado Plan de internacionalización JFD Mobile Parts SAS, en el cual se encuentra

información recopilada y organizada sobre las actividades que realiza la compañía, sus objetivos y funciones, el impacto que generará, y las razones por las cuales lo requiere. Como negociador internacional, se entiende que el crecimiento de una compañía debe ser integral, por lo que, no es posible solo trabajar con el área internacional de forma independiente, la competitividad internacional exige a las compañías un alistamiento generalizado de su estructura para lograr entrar y mantenerse en la internacionalización. Todo ello, con miras al crecimiento y el fortalecimiento de JFD Mobile Parts SAS como una compañía internacional de origen local que genera bienestar y nutre la economía colombiana desde la organización privada.

Referencias bibliográficas

- BBVA. (15 de 04 de 2024). ¿Qué es el retorno de la inversión y cuál es su formula?.<https://www.bbva.com/es/salud-financiera/roi-que-es-el-retorno-de-la-inversion-y-cual-es-su-formula/>
- Ceballos, A.(29 de 01 de 2024). Incoterm FCA: definición y ejemplos.<https://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/que-es-incomterm-fca/#responsabilidades>
- Centro Europeo de Posgrado y Empresa. (s.f.). Indicadores o ratios comerciales.<https://www.ceupe.com/blog/indicadores-o-ratios-comerciales.html>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (14 de 06 de 2022). Cuenta satélite del deporte.<https://www.dane.gov.co/index.php/actualidad-dane/5506-cuenta-satelite-del-deporte>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia (DANE). (14 de 02 de 2024). Indicador de producción de obras civiles .<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/construccion/indicador-de-produccion-de-obras-civiles-ipoc/indicador-de-produccion-de-obras-civiles-ipoc-informacion-historica>
- Deprisa. (s.f.). *Deprisa*, Quienes somos.<https://www.deprisa.com/QuienesSomos>
- El Espectador. (15 de 02 de 2024). PIB de 2023: la economía colombiana pasó raspando el año y genera preocupaciones. <https://www.elespectador.com/economia/macroeconomia/este-fue-el-pib-de-colombia-pib-de-2023-la-economia-genera-preocupaciones/>
- Embajada de China en Colombia. (s.f.). Asuntos económicos entre Colombia y China. https://china.embajada.gov.co/colombia/asuntos_economicos
- Facultad de Negocios Internacionales, Universidad Santo Tomás. (s.f.). Reglamento Opciones de Grado USTA Villavicencio. [Archivo con acceso restringido]. https://usantotomaseduco-my.sharepoint.com/personal/jairozamora_ustavillavicencio_edu_co/_layouts/15/AccessDenied.aspx?Source=https%3A%2F%2Fusantotomaseduco%2Dmy%2Esharepoint%2Ecom%2Fpersonal%2Fjairozamora%5Fustavillavicencio%5Fedu%5Fco%2FDocuments%2F1%2E
- Gerencie. (s.f.). Rotación de cartera.<https://www.gerencie.com/rotacion-de-cartera.html#:~:text=20%20es%20el%20indicador%20de%20la%20rotaci%C3%B3n%2>

Ode,su%20cartera%20cada%2018%20d%C3%ADas%20%28360%2F20%20%3D%2018%29

Henao Ospina, D. A. (29 de 01 de 2024). Mercado de bicicletas en Colombia. <https://www.larepublica.co/empresas/mercado-de-bicicletas-en-colombia-3788919>

iContainers. (s.f.). Incoterm EXW- Uso y Significado.<https://www.icontainers.com/es/ayuda/incoterms/exw/>

iContainers. (s.f.). Incoterm FCA-Uso y Significado. <https://www.icontainers.com/es/ayuda/incoterms/fca/>

Impargo. (s.f.). ¿Qué significa HAWB?. <https://impargo.de/es/glossary/hawb-conocimiento-de-embarque-aereo-domestico>

JFD Mobile Parts SAS. (s.f.). Nosotros. <https://www.jfdmobileparts.com/nosotros/>

Logisber. (s.f.). Incoterm FOB: obligaciones del vendedor y del comprador. <https://logisber.com/blog/fob-incoterms>

Presidencia de la República de Colombia. (2019). Decreto 957 de 2019. Por el cual e adiciona el capítulo 13 al Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=94550>

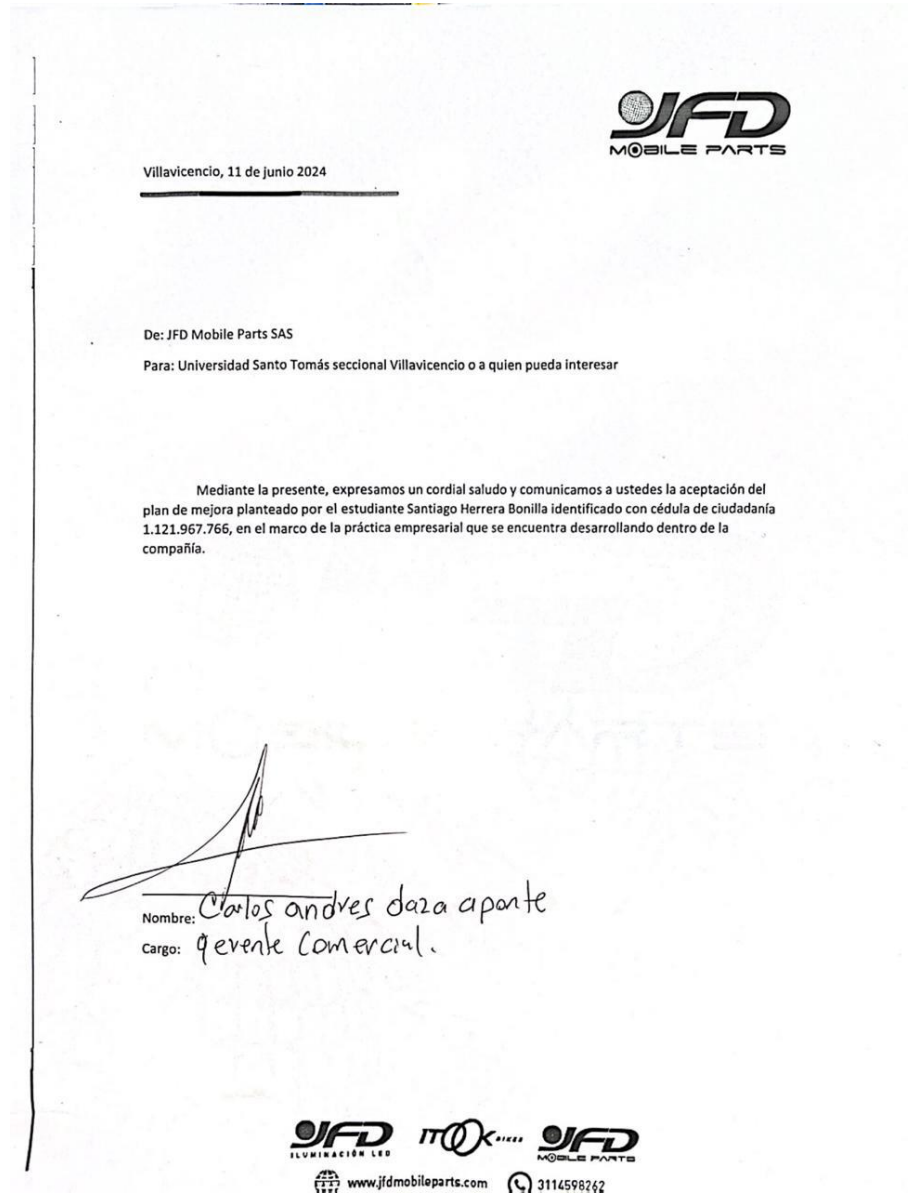
Servade S.A. (s.f.). ¿Quiénes somos? <https://www.servade.co/about>

Superintendencia de industria y comercio. (2024). Registro de marcas Itook y Giio. Recuperado de <https://sipi.sic.gov.co/sipi/Extra/IP/TM/Qbe.aspx?sid=638745546737746612>

11. Anexos

Anexo 1

Aprobación del plan de mejora



Nota: Tomado de: Archivo JFD Mobile Parts SAS

Anexo 2

Plan de trabajo

| Objetivo | Estándar | Actividad | Nombre de la actividad | Descripción de acciones | Recursos | Responsable de la implementación | Plazo de implementación | Responsable(s) del seguimiento | Medio de verificación | Necesidad técnica |
|--|---|---|---|---|----------|----------------------------------|-------------------------|--|------------------------------------|--|
| Apoyar el fortalecimiento y la mejora continua de la subdependencia de compras de JFD Mobile Parts SAS, a través de la formulación de un plan de internacionalización con base en la recopilación de información, propuestas | Identificación de información y oportunidades de mejora | 1. Recopilación de información de la compañía | Recopilación de información inicial sobre la compañía | Establecer un cronograma de actividades e indagación de información sobre todos los procesos que intervienen en la internacionalización | | World Office | 15/02/2024-20/02/2024 | Auxiliar de compras internacionales Gerente general y/o Gerente comercial | Evidencias Documentales y Acciones | Obtener información verídica sobre la situación de la compañía |

Anexo 2

Continuación

| | | | | | | | | | |
|---|--|---------------|---|---------------------|-------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|----------------------|---|
| de mejora transversales y el planteamiento de estrategias que permitan establecer convenios y/o alianzas para el cumplimiento de la visión en el corto, mediano y largo plazo de la compañía en el marco internacional. | 2.Realizar dos matrices para planeación de estrategias | DOFA y PESTEL | Realizar matrices de evaluación cuantitativa para determinar con exactitud cuales son las oportunidades de mejora | Excel, World Office | Auxiliar de compras internacionales | 20/02/2024-28/02/2024 | Gerente general y/o Gerente comercial | Matriz Dofa y Pestel | Obtener un diagnóstico cuantitativo de diferentes aspectos de la compañía |
|---|--|---------------|---|---------------------|-------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|----------------------|---|

Anexo 2

Continuación

| | | | | | | | | | |
|---|--|-------------------------|--|--|--|-----------------------|---------------------------------------|--|--|
| Eficiencia de las proyecciones de compras internacionales | 3. Aumentar en un 4% el indicador de rotación de inventario. | Rotación de Inventarios | Coordinación con el ingeniero de sistemas para la realización de Excel macros, evaluar el generador de informes, determinar variables, realizar el informe de rotación de inventarios importados | \$150.000 Otorgados por la compañía para el pago de honorarios del ingeniero de sistemas, World Office | Auxiliar de compras internacionales, Ingeniero de sistemas | 01/03/2024-15/03/2024 | Gerente general y/o Gerente comercial | Generador de informes en Excel, informe de rotación de inventarios | Tener un informe con datos actualizados sobre las ventas y existencias de cada artículo para mejorar las proyecciones de compras |
|---|--|-------------------------|--|--|--|-----------------------|---------------------------------------|--|--|

Anexo 2*Continuación*

| | | | | | | | | | |
|---|---|------------------------|---|--------------------------------|---|-----------------------|---------------------------------------|---|--|
| Cumplimiento de los requisitos para la presentación en ferias internacionales | 4. Entregar una presentación comercial de la compañía | Presentación comercial | Se realiza un brochure de presentación comercial con los lineamientos entregados por Procolombia | Power Point, Adobe Illustrator | Auxiliar de compras internacionales, Departamento de multimedia | 01/03/2024-15/03/2024 | Gerente general y/o Gerente comercial | Brochure conforme a los lineamientos entregados por Procolombia | Tener una presentación comercial para cumplir con los requisitos de presentación para ferias |
| Poder obtener un precio FCA para clientes internacionales | 5. Calcular los costos del incoterm FCA | Precios FCA | Se realiza un costeo del precio FCA para determinar el aumento porcentual del precio de venta en dólares para exportación | Excel, Gmail, Cotizaciones | Auxiliar de compras internacionales | 01/03/2024-15/03/2024 | Gerente general y/o Gerente comercial | Archivo de Excel con los cálculos y cotizaciones | Conocer el precio de los productos en un término de negociación internacional |

Anexo 2

Continuación

| | | | | | | | | | |
|--------------------------------|--------------------------------------|--|---|---------------------|-------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|--|---|
| Eficiencia del área de cartera | 6. Entregados indicadores de cartera | Indicador de seguimiento para el área de cartera | Se recopila información financiera del año inmediatamente anterior y se proponen indicadores de seguimiento y comportamiento de cartera | Excel, World Office | Auxiliar de compras internacionales | 15/03/2024-30/03/2024 | Gerente general y/o Gerente comercial | Archivo de Excel con los cálculos realizados | Conocer cuantitativamente la gestión de cartera |
|--------------------------------|--------------------------------------|--|---|---------------------|-------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|--|---|

Anexo 2

Continuación

| | | | | | | | | | |
|--------------------------------|---|---------------------------------|---|---------------------------------|---|-----------------------|---------------------------------------|-----------------|--|
| Calidad de las fichas técnicas | 7. Entregar un diseño general de fichas técnicas para la línea de iluminación | Fichas técnicas internacionales | Se evalúan las fichas técnicas en compañía del asesor técnico de Procolombia para determinar las modificaciones necesarias, realizar las modificaciones necesarias y presentar la propuesta | Adobe Illustrator, World Office | Auxiliar de compras internacionales, Departamento de multimedia | 15/03/2024-30/03/2024 | Gerente general y/o Gerente comercial | Fichas técnicas | Cumplir con la normativa internacional sobre las fichas técnicas y brindarle al cliente información de interés |
|--------------------------------|---|---------------------------------|---|---------------------------------|---|-----------------------|---------------------------------------|-----------------|--|

Anexo 2

Continuación

| | | | | | | | | | |
|--|---|------------------------|---|--|-------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|---|--|
| Eficiencia del departamento de logística | 8. Presentar al menos un indicador cuantitativo del área de logística | Indicador de logística | Se recopila información relacionada con el área, se realizan cálculos, y se presenta una propuesta de un indicador que permita determinar el rendimiento operativo del área | Excel, Informes de entregas de transportadoras | Auxiliar de compras internacionales | 15/03/2024-30/03/2024 | Gerente general y/o Gerente comercial | Archivo de Excel con el indicador calculado | Conocer cuantitativamente la gestión logística |
|--|---|------------------------|---|--|-------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|---|--|

Anexo 2

Continuación

| | | | | | | | | | |
|------------------------|--|--------------------------|---|-------------------------|---|-----------------------|---------------------------------------|---|--|
| Calidad del etiquetado | 9.Presentar un nuevo diseño del etiquetado | Etiquetado internacional | Se presenta un diseño de etiquetado con la información mínima requerida por normativa | Adobe Illustrator, Word | Auxiliar de compras internacionales, Departamento de multimedia | 30/03/2024-15/04/2024 | Gerente general y/o Gerente comercial | Archivo de adobe ilustrador con diseño de etiquetas | Cumplimiento de la norma internacional de etiquetado |
|------------------------|--|--------------------------|---|-------------------------|---|-----------------------|---------------------------------------|---|--|

Anexo 2

Continuación

| | | | | | | | | | |
|----------------------------------|---|------------------------------|--|---------------------|-------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|--|--|
| Eficiencia del área de comercial | 10. Presentar al menos un indicador cuantitativo del área comercial | Indicador del área comercial | Se recopila información del año inmediatamente anterior y se proponen indicadores de seguimiento y comportamiento del área | Excel, World Office | Auxiliar de compras internacionales | 30/03/2024-15/04/2024 | Gerente general y/o Gerente comercial | Archivo de Excel con los cálculos realizados | Conocer cuantitativamente la gestión comercial |
|----------------------------------|---|------------------------------|--|---------------------|-------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|--|--|

Anexo 2

Continuación

| | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|---|----------------------------------|--|-------|-------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|--|--|
| Eficiencia del área de multimedia | 11. Presentar al menos un indicador cuantitativo del área de multimedia | Indicador del área de multimedia | Se recopila información del año inmediatamente anterior y se proponen indicadores de seguimiento y comportamiento del área | Excel | Auxiliar de compras internacionales | 30/03/2024-15/04/2024 | Gerente general y/o Gerente comercial | Archivo de Excel con los cálculos realizados | Conocer cuantitativamente la gestión de los recursos en multimedia |
|-----------------------------------|---|----------------------------------|--|-------|-------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|--|--|

Anexo 2*Continuación*

| | | | | | | | | | |
|---------------------------|---|---|--|---------------------------|-------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|---|--|
| Evaluación de entregables | 12. Presentar la totalidad de las correcciones a los entregables realizados | Presentación de pendientes y correcciones | Se realiza una recopilación de todos los entregables que quedaron con pendientes o correcciones y se realizan las respectivas correcciones solicitadas por la compañía | Word, Excel, World Office | Auxiliar de compras internacionales | 15/04/2024-31/04/2024 | Gerente general y/o Gerente comercial | Archivo de Excel, Word con las correcciones solicitadas | Consolidar las versiones finales de la documentación |
|---------------------------|---|---|--|---------------------------|-------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|---|--|

Anexo 2

Continuación

| | | | | | | | | | |
|--|---|---------------------|--|------|-------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|--|--|
| Evaluación del acompañamiento técnico de Procolombia | 13. Entregar un informe con la relación de las actividades realizadas con Procolombia y los entregables | Informe Procolombia | Se realiza una recopilación de lo trabajado en compañía de Procolombia dentro del marco del acompañamiento técnico | Word | Auxiliar de compras internacionales | 15/04/2024-31/04/2024 | Gerente general y/o Gerente comercial | Archivo de Word con las evidencias del trabajo realizado con Procolombia | Determinar en qué se ha desarrollado el acompañamiento técnico y a dónde se han destinado los recursos |
|--|---|---------------------|--|------|-------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|--|--|

Anexo 2

Continuación

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|--|--------------------------------|---|-----------------------|---------------------------------------|--|--|
| Cumplimiento de los requisitos para la presentación en ferias internacionales | 14.Realizar la consolidación del 100% de la presentación comercial con correcciones | Entrega final de presentación comercial | Se realiza entrega del Brochure final para macrorruedas de negociación | Power Point, Adobe Illustrator | Auxiliar de compras internacionales, Departamento de multimedia | 31/04/2024-15/05/2024 | Gerente general y/o Gerente comercial | Archivo de power point modificables, PDF con la presentación comercial | Cumplimiento de requisitos para presentación en ferias comerciales |
|---|---|---|--|--------------------------------|---|-----------------------|---------------------------------------|--|--|

Anexo 2

Continuación

| | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|---|---|--|--------------------------------|---|-----------------------|---------------------------------------|---|--|
| Implementación del plan de mejora | 15. Realizar al menos 3 propuestas de mejora con indicaciones específicas | Presentación final de informe de mejora | Se presenta a la compañía todo el trabajo realizado a lo largo de la práctica empresarial para que tengan la guía de aplicación del plan de mejora | Word, Excel | Auxiliar de compras internacionales | 31/04/2024-15/05/2024 | Gerente general y/o Gerente comercial | Archivos Excel y Word con la relación de las actividades, tiempos y funciones | Contar con una guía para continuar con el plan de mejoramiento |
| Costeo de Incoterms | 16. Realizar el cálculo de los costos del incoterm FOB | Catalogo en precios FOB | Se realiza costeo FOB, se determina una TRM, y se realiza el cambio a moneda extranjera en catálogos | Power point, Adobe Illustrator | Auxiliar de compras internacionales, Departamento de multimedia | 15/05/2024-30/05/2024 | Gerente general y/o Gerente comercial | Archivos PDF de catálogos en dólares | Presentar precios en moneda extranjera dentro de un término de negociación internacional |

Anexo 2

Continuación

| | | | | | | | | | |
|--|---|------------------------|--|--------------|--------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|--|--|
| Evaluación del cumplimiento de facturación | 17. Contar con un diseño estándar para la emisión de la factura | Facturación en dólares | Construir un formato de factura que cumpla con la normativa para poder facturar en dólares | World Office | Contador y Auxiliar de compras | 15/05/2024-30/05/2024 | Gerente general y/o Gerente comercial | Formato de factura en moneda extranjera e incoterm en World Office | Facturar en conformidad con la ley a los clientes extranjero |
|--|---|------------------------|--|--------------|--------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|--|--|

Nota: Plan de trabajo detallado

Anexo 3

Informe de actividades realizadas para recuperación de cuentas Meta ads

Medellín, 10 de julio de 2024

Señores

JFD MOBILE PARTS S.A.S.

Ref. Informe de recuperación de perfiles profesionales de meta

Estimados señores,

En atención a su solicitud confirmamos que se realizó una solicitud de recuperación de las cuentas de Facebook e Instagram de los perfiles profesionales de JFLED, JFD MOBILE PARTS y ITOOK ante la compañía meta a través de la apelación presentada por el representante legal Jean Fernando Daza.

También se realizó la verificación y vinculación de los perfiles con cada uno de los dominios correspondientes a las páginas web de JFD y ITOOK, adicionalmente dichos perfiles fueron vinculados el perfil personal de Jean Fernando Daza cómo el principal.

Finalmente se realizó una capacitación para el equipo de multimedia sobre el manejo de meta business y la vinculación de perfiles a las cuentas profesionales



Felipe Betancurt Molina

NIT: 71276298-0

Nota: Tomado de: Archivo JFD Mobile Parts SAS

Anexo 4

Factura emitida por JFD Mobile Parts a Fiducoldex

JFD MOBILE PARTS SAS
Nit 900584176
 Documento oficial de autorización de numeración de facturación electrónica N° 18764063024239 Vigencia 24 meses: 30/12/2023 a 30/12/2025 Numeración habilitada del No. BPE 397 AL 5000 para el prefijo BPE. Proveedor tecnologico World office

IVA Régimen Común No somos Agentes de Retención de IVA
No somos Grandes Contribuyentes
 Actividad ICA 4652 Tarifa 6x1000
 La mercancía viaja por cuenta y riesgo del comprador y como tal declaro haber recibido real y materialmente la mercancía descrita en esta factura que ha sido revisada a satisfacción sin lugar a reclamación según la ley 1231 de 2008

Factura Electrónica De Venta
BPE No. 471

| CLIENTE FIDEICOMISO SOCIEDAD FIDUCIARIA FIDUCOLDEX | | NIT 830054060 5 | | DIRECCIÓN Cl. 28 13 A 24 PISO 6 TORRE I Bogota D.C. | | CIUDAD | | TELÉFONO 3275500 | |
|--|--------|-------------------------------------|----------------------------|--|-------|------------------------------|-------|-------------------------|------------------|
| FECHA FACTURA 24/07/2024 | | FECHA VENCIMIENTO 23/07/2024 | | VENDEDOR STEVEN ANDRES ARRUBLA DIAZ | | FORMA DE PAGO Credito | | | |
| Item | Código | Serial | Descripción | Bodega | Cant. | V. Unitario | % IVA | Valor | Total |
| 1 | 425050 | | REEMBOLSO DE GASTOS-425050 | EMPO | 1 | 5.656.500 | 0% | | 5.656.500 |
| Total Items 1 | | | | | | | | | |
| Valor en Letras CINCO MILLONES SEISCIENTOS CINCUENTA Y SEIS MIL QUINIENTOS PESOS M/CTF | | | | | | | | | |
| Esta Factura de Venta se asimila en todos sus efectos a la letra de cambio según Art. 774 del Código de Comercio. | | | | | | | | | |
| Es exigible a su vencimiento y causa un interés de mora mensual liquidado a la tasa máxima permitida de conformidad con los Artículos 883 y 884 del Código de Comercio | | | | | | | | | |
| SUBTOTAL | | | | | | | | | 5.656.500 |
| DESCUENTO | | | | | | | | | 0 |
| IVA | | | | | | | | | 0 |
| RETEFUENTE | | | | | | | | | 0 |
| RETEIVA | | | | | | | | | 0 |
| RETEICA | | | | | | | | | 0 |
| TOTAL FACTURA | | | | | | | | | 5.656.500 |

LA GARANTIA DE LOS PRODUCTOS QUE APARECEN ES ESTA FACTURA ESTA SUJETA A LAS POLITICAS DE CADA FABRICANTE.

Representación Gráfica de la Factura de Venta Electrónica

Sucursales.

| | | |
|--|---|--|
| Sede Principal. Cra 39D N° 24-54 BRR Emporio. EMAIL: contabilidad@jfdmobileparts.com CEL: 3114598262 - TEL: 6614117 | Calle 36 N° 28 - 65 Brr San Isidro TEL: 6814921 CEL: 3143658693 | Cra 40 N° 26C-38 Brr 7 De Agosto CEL: 3203558431 - TEL:6833826 |
|--|---|--|

Fabricante y Proveedor Tecnológico: World Office Colombia SAS NIT 900534356-3 Software: World Office (no.2)
 CUIE: 5b65a0e0c10a40683e49f337934d940a253f33a74c76e2042b49844886229c98752ae984ef929724809e5e9a949 -Fecha y Hora de Expedición : 24/07/2024 2:48:18 p. m.

Nota: Tomado de: Archivo de JFD Mobile Parts SAS

Anexo 5

Contrato de mandato aduanero Servade

Villavicencio, 02 de Julio de 2024

V2
29/08/2023
Página 1 de 8

Señores
Direcciones de Gestión, Direcciones Seccionales de Aduanas con Operación Aduanera,
Direcciones Seccionales, Delegadas y demás dependencias de la
Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Autoridades en General
Sociedades Portuarias Regionales, Zonas Francas, Depósitos Habilitados

Ref.: Mandato aduanero


| | Identificación del Mandante | Identificación del Mandatario (Agencia de Aduanas) |
|----------------------|------------------------------|---|
| Razón Social: | JFD MOBILE PARTS SAS | AGENCIA DE ADUANAS SERVADE S.A NIVEL 1 |
| NIT: | 900584176-8 | 860514173-2 |
| Domicilio principal: | CLL 39D 24-54 BRR SAN ISIDRO | CARRERA 73 No. 48 - 46 |


Respetados señores:

Las partes arriba identificadas hemos celebrado un CONTRATO DE MANDATO, en virtud del cual EL MANDANTE confiere mandato aduanero a la AGENCIA DE ADUANAS para que esta adelante en nombre de aquel todas las gestiones de índole aduanero que sean necesarias en relación con las mercancías objeto de importación, exportación y/o tránsito aduanero de EL MANDANTE, así:

CLAUSULA PRIMERA. EL MANDANTE concede a la AGENCIA DE ADUANAS las siguientes facultades:

1. Presentar en nombre y representación y por cuenta de EL MANDANTE declaraciones aduaneras de Importación, de Exportación y/o de Tránsito Aduanero, en todas sus modalidades o regímenes, incluyendo Reembarques, y todos los trámites aduaneros inherentes y conexos que se adelanten ante la DIAN

Powered by  CamScanner



Nota: Tomado de: Archivo de JFD Mobile Parts SAS

Anexo 6

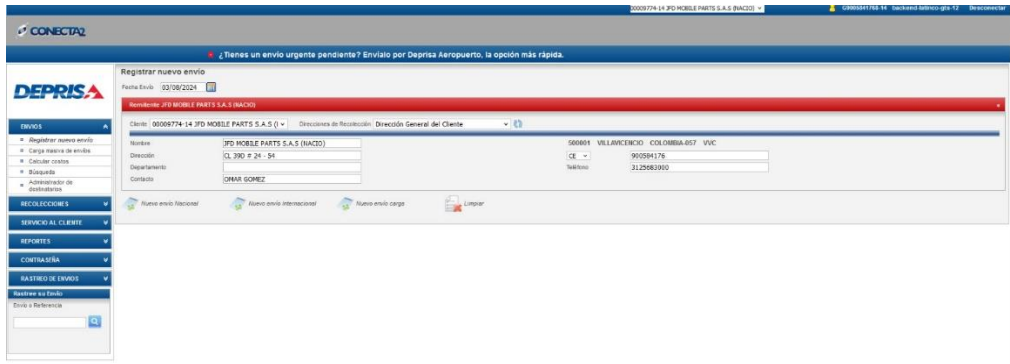
Sello de autenticación celebración del contrato de mandato aduanero



Nota: Tomado de: Archivo de JFD Mobile Parts SAS

Anexo 7

Plataforma entregada por Deprisa a JFD Mobile Parts SAS



Nota: Captura de pantalla plataforma Deprisa. Recuperado de Deprisa

Anexo 8

Reporte de registro de hipérbolas Itook

Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia (SIC) - Reporte detallado de solicitudes
 Fecha y hora: 30 Jul. 2024 10:45:33 p.m.

Número de solicitud: 32020230059518
 Referencia de solicitante:
 Estado de la solicitud: Bajo Examen de Fondo
 Tipo de Signo: Marca
 Naturaleza del Signo: Mixta
 Nombre del Signo: ITOOK BIKES
 Imágenes y códigos de clasificación de Viena:
 Fecha de presentación: 08 Jul. 2023
 Bajo oposición: No

| | |
|---|-----------------------------------|
| Imagen | Códigos de clasificación de Viena |
|  | |

Versión de la Clasificación de Niza: 12
 Clase y descripción de productos y/o servicios:

| Clase | Descripciones de los Productos y Servicios |
|-------|--|
| 11 | Luces para bicicletas; luces de dinamo para bicicletas; reflectores para bicicletas. |
| 12 | Alforjas especiales para bicicletas; bicicletas de carrera; bicicletas de cicloturismo; bicicletas dobles; bicicletas de montaña; bicicletas para niños; bicicletas de reparto; bicicletas; bocinas para bicicletas; bombas de aire para bicicletas; bombas de aire para neumáticos de bicicleta; cabezas de horquilla para bicicletas; cables de freno para bicicletas; cadenas de bicicleta; cadenas de transmisión para bicicletas; componentes estructurales de bicicletas; conjuntos de transmisión para bicicletas; cuadros de bicicleta; cubos para ruedas de bicicleta; cámaras de aire para neumáticos de bicicleta; empuñaduras para manillares de bicicleta; engranajes para bicicletas; frenos de bicicleta; frenos de disco hidráulicos para bicicletas; frenos hidráulicos de llanta para bicicletas; fundas de sillín para bicicletas; guardabarros de bicicleta; guardafaldas para bicicletas; horquillas para bicicletas; indicadores de dirección para bicicletas; llantas para ruedas de bicicleta; manivelas de bicicleta; pedales de bicicleta; pies de apoyo para bicicletas; priones para bicicletas; portabicietas para vehículos; portabotellas para bicicletas; portaequipajes para bicicletas; remolques para bicicletas; remolques para transporte de bicicletas; ruedas de bicicleta; ruedas de disco para bicicletas; ruedas de engranajes para bicicletas; sillines de bicicleta; sistemas de suspensión para bicicletas; timbres para bicicletas; topes para manillares de bicicleta; tubos de sillín de bicicleta; vástagos para manillares de bicicleta. |

Prioridad: No

Apoderao:

| | |
|---------------------------------|--|
| CARLOS ALBERTO CARVAJAL MONTOYA | Dirección Física : Carrera 2 No 74-33 , BOGOTÁ, D.C., CO Correo electrónico: ccarvajalmontoya@gmail.com |
|---------------------------------|--|

Solicitante(s):

| | |
|----------------------|---|
| JFD MOBILE PARTS SAS | Derecho/Dirección Física : CALLE 40 NO. 33-20X, VILLAVICENCIO, META, CO |
|----------------------|---|

Datos de contacto: CARLOS ALBERTO CARVAJAL MONTOYA, Carrera 2 No 74-33 , BOGOTÁ, D.C., CO

Solicitudes vinculadas: Ninguna

Historial:

Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia (SIC) - Reporte detallado de solicitudes
 Fecha y hora: 30 Jul. 2024 10:45:33 p.m.

| Tipo | Descripción | Gaseta | Publicado |
|--------------------------------|---|--------|---------------|
| Signo de signo distintivo | La solicitud de signo distintivo ha sido radicada. | | 09 Jul. 2023 |
| Marco | Signo Distintivo | 1009 | 18 sept. 2023 |
| Concesión del signo distintivo | La solicitud de signo distintivo ha sido concedida. | | 30 Jul. 2024 |

Nota: Captura de pantalla registro de marcas. Recuperado de Superintendencia de Industria y Comercio

Anexo 9

Reporte de registro marca GIOO

Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia (SIC) - Reporte detallado de solicitudes

Fecha y hora: 30 jul. 2024 10:18:45 p.m.

Número de solicitud: [SD2024/0051611](#)
Referencia de solicitante:
Estado de la solicitud: Bajo Examen de Fondo **Fecha de presentación:** 20 may. 2024
Tipo de Signo: Marca **Bajo oposición:** No
Naturaleza del Signo: Mixta
Nombre del Signo: GIOO
Imágenes y códigos de clasificación de Viena:

| Imagen | Códigos de clasificación de Viena |
|---|-----------------------------------|
|  | |

Versión de la Clasificación de Niza: 12
Clase y descripción de productos y/o servicios:

| Clase | Descripciones de los Productos y Servicios |
|-------|---|
| 12 | Llantas [rines] para ciclos y bicicletas; llantas [rines] para ruedas de vehículos; llantas de rueda para automóviles; llantas de ruedas para vehículos de dos ruedas; llantas para ciclos y bicicletas; rines [llantas] para ciclos y bicicletas; rines [llantas] para ruedas de vehículos; radios de bicicletas; radios de ruedas para vehículos de dos ruedas; radios para ciclos y bicicletas; radios para ruedas de bicicleta. |

Prioridad: No

Apoderado:

| | |
|---------------------------------|---|
| CARLOS ALBERTO CARVAJAL MONTOYA | Dirección Física : Carrera 2 No 74-33 , BOGOTÁ, D.C. , CO Correo electrónico: ccarvajalmontoya@gmail.com |
|---------------------------------|---|

Solicitante(s):

| | |
|----------------------|---|
| JFD MOBILE PARTS SAS | Derecho Dirección Física : CALLE 40 NO. 33-20X, VILLAVICENCIO, META, CO |
|----------------------|---|

Datos de contacto: CARLOS ALBERTO CARVAJAL MONTOYA, Carrera 2 No 74-33 , BOGOTÁ, D.C. , CO

Solicitudes vinculadas: Ninguna

Historial:

| Tipo | Descripción | Gaceta | Publicado |
|-------------------------------|--|--------|--------------|
| Solicitud de signo distintivo | La solicitud de signo distintivo ha sido radicada. | | 21 may. 2024 |
| Marcas | Signo Distintivo | 1033 | 30 may. 2024 |

Nota: Captura de pantalla registro de marcas. Recuperado de Superintendencia de Industria y Comercio

Anexo 10

Informe de pautas de multimedia

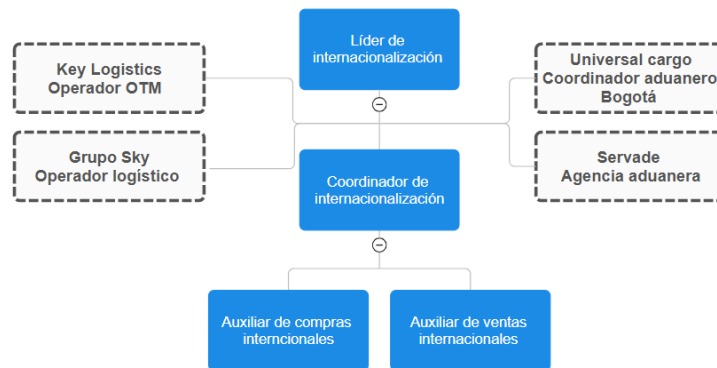
| Video Pautado | Duración Pauta | Inversión | Datos venta | Ventas |
|--|---|------------|--|--|
| VIDEO CASCADAS NUEVAS CONTROL TUYA / PAUTA NACIONAL - MARÍA | 4 días, inicio 03 MAYO / finalizó 07 MAYO | \$ [] COP | • Se realizó venta de un CHORRO 150mm | \$ []00 COP |
| ¿SUBIÓ TU RECIBO DE LUZ? SOLAR / PAUTA NACIONAL - MARÍA | 4 días, inicio 08 MAYO / finalizó 12 MAYO | \$ [] COP | • Cotización cliente de escudo por \$20 millones en dos modelos de lamparas solares. • Dos reflectores 130 • Cuatro Reflectores solares • Cotización de dos reflectores de 500w • Reflectores solares de 80w | \$ [] COP \$ [] COP \$ [] COP |
| LUCE CALIDAS LAMP PISCINAS / PAUTA NACIONAL (PERFIL PERSONAL ANGELA) | 4 días, inicio 14 MAYO / finalizó 18 MAYO | \$ [] COP | • Cotizaciones y preguntas pero no se concretaron ventas | \$ 000.000 COP |
| CINTA PIXEL FRGB SILICONA / PAUTA NACIONAL - MARÍA | 4 días, inicio 15 MAYO / finalizó 19 MAYO | \$ [] COP | • 4 rollos de cinta Pixel para Bogotá • Cascada de 60cm 9w • 4 paquetes de cinta, perfiles y una fuente | \$ [] COP \$ [] COP \$ [] COP |
| MICROSCOPIO TRINOCULAR / PAUTA NACIONAL - MARÍA | 4 días, inicio 20 MAYO / finalizó 24 MAYO | \$ [] COP | • 2 Cotizaciones pendientes de microscopio • 2 Cotizaciones de insumos generales | \$ 000.000 COP |

| | | | |
|---|------------|-------------------|--------------|
| TOTAL VENTAS PAUTAS FACEBOOK LED Y HERRAMIENTAS | \$ [] COP | GRAN TOTAL | \$ []00 COP |
|---|------------|-------------------|--------------|

Nota: Tomado de: Archivo de JFD Mobile Parts SAS

Anexo 11

Organigrama departamento de internacionalización



Nota: Propuesta de organigrama Departamento de Internacionalización

Anexo 12

Propuesta de diagrama de talento humano para logística



Nota: Estructura de diagrama de logística

Anexo 13

Propuesta de diagrama departamento de I+D+I



Nota: Propuesta de diagrama del Departamento de Investigación, Desarrollo e Innovación.

Anexo 14

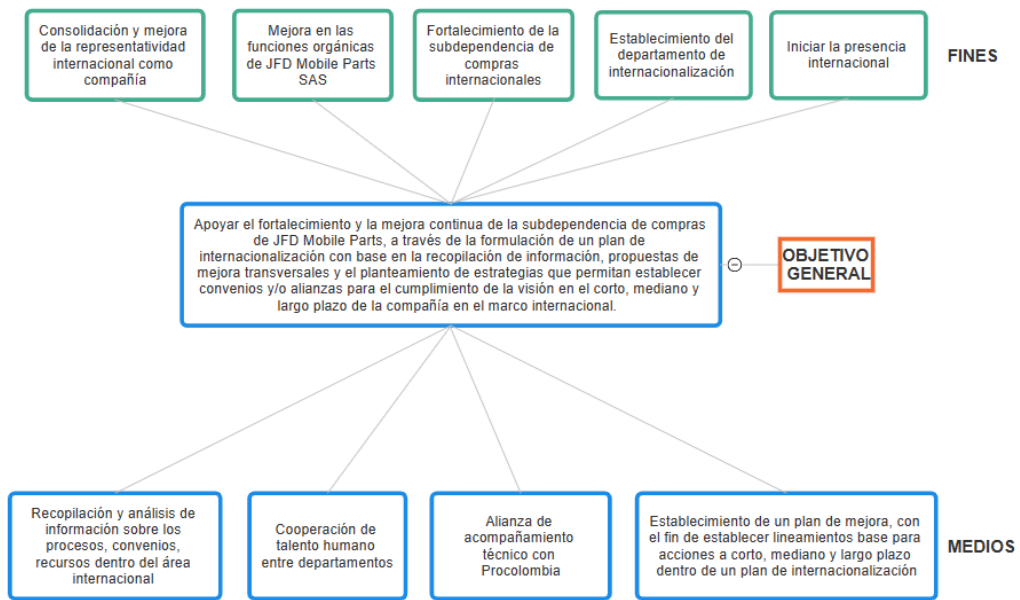
Tabla de funciones departamento de I+D+I

| Unidad de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+I) | | |
|--|--|--|
| Cargos | Funciones | Personal a cargo |
| Jefe de la Unidad de I+D+I | Coordinar, ejecutar y supervisarlas diferentes propuestas de desarrollo e innovación, teniendo en cuenta la participación sinérgica de los diferentes departamentos, con el objetivo de conseguir logros globales. | Analista de Desarrollo Diseñador del área de Tecnología Diseñador de área Deportiva. |
| Diseñador del Área de Tecnología | Identificar, exponer, desarrollar e implementar nuevas ideas, productos o servicios para el área de Tecnología. | No Aplica |
| Diseñador deL Área Deportiva. | Identificar, exponer, desarrollar e implementar nuevas ideas, productos o servicios para el área Deportiva. | No Aplica |

Nota: Propuesta de funciones para el Departamento de Investigación, Desarrollo e Innovación.

Anexo 15

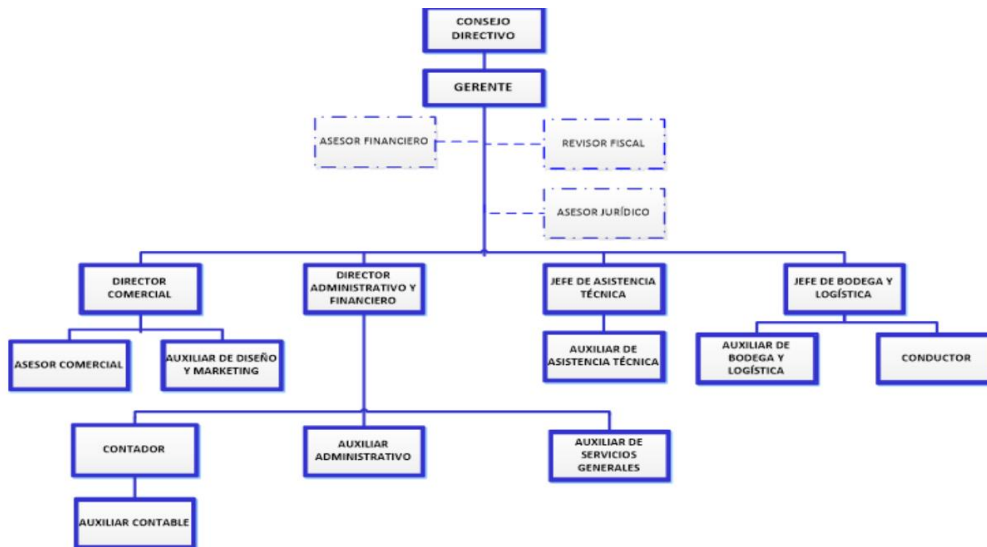
Árbol de soluciones



Nota: Árbol de soluciones JFD Mobile Parts SAS

Anexo 16

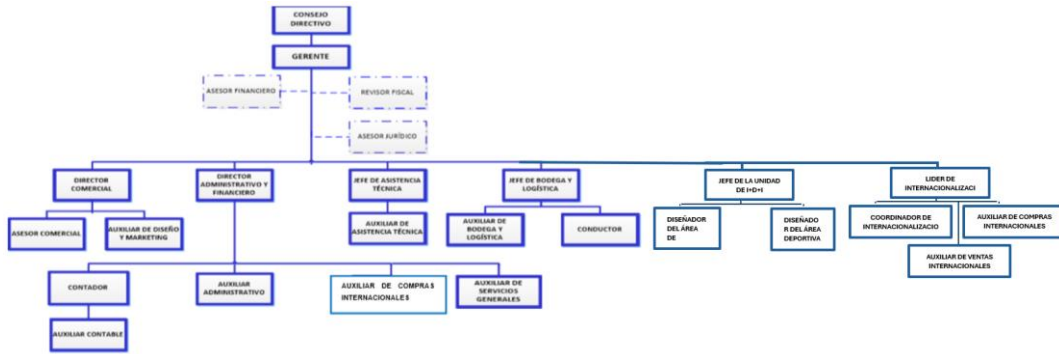
Organigrama de JFD Mobile Parts SAS



Nota: Tomado de: Reglamento interno de trabajo JFD Mobile Parts SAS

Anexo 17

Organigrama JFD Mobile Parts SAS posterior al plan de mejora



Nota: Adaptado de: Reglamento interno de trabajo JFD Mobile Parts SAS.