

INFORME DE PRACTICA EMPRESARIAL FERTICAMPO COLOMBIA S.A.S



DANIEL FELIPE URBINA ESPITIA



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2022

INFORME DE PRACTICA EMPRESARIAL FERTICAMPO COLOMBIA S.A.S

DANIEL FELIPE URBINA ESPITIA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Profesional en Negocios Internacionales.

Asesor:

MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE

MG. en Educación

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2022

Autoridades académicas

P. JOSÉ GABRIEL MESA ANGULO, O.P.

Rector General

P. EDUARDO GONZÁLEZ GIL, O.P.

Vicerrector Académico General

P. JOSÉ ANTONIO BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. RODRIGO GARCÍA JARA, O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Mg.JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Mg. JOSE ERNESTO CAMARGO HERNANDEZ

Decano Facultad de Negocios Internacionales

Dedicatoria

Dedicado a mi familia y amigos y a todos quienes desearían haber tenido las oportunidades que Dios y la vida me han dado, a ellos prometo ser persona antes que profesional y mi vida a su servicio.

Agradecimientos

A Dios, mi familia, patria y alma mater por la senda que han trazado, los caminos que han abierto y la motivación que me han dado para emprender y continuar en este camino.

A mi familia, por su apoyo incondicional y por mantener mis pies en el suelo a lo largo del camino, a Dios por darme la licencia de la vida, la salud y sembrar en mi la vocación y el propósito de vivir para hacer lo que amo y amar lo que haga. A mis docentes por su experiencia, sabiduría y afecto al ayudar a formarme y saciar mi sed de aprendizaje, a todos quienes de alguna manera u otra han aportado a mi crecimiento como persona, a quienes hoy no están y quienes hemos dejado atrás, muchas gracias.

Tabla de contenido

Glosario.....	8
Resumen.....	11
Abstract.....	12
Introducción	13
Justificación	16
Objetivos	17
Objetivo general	17
Objetivos específicos.....	17
Información de la empresa.....	18
Nombre y razón social.....	18
Reseña histórica.....	18
Misión.....	19
Visión	20
Áreas de trabajo:.....	20
Comercial:	20
Logística:	20
Administrativa:	21
Organigrama.....	22
Funciones laborales	23
Nombre del cargo:	23
Objetivos del cargo.....	23
Actividades ejecutadas	23
Aportes.....	26
Recomendaciones	28
Conclusiones	30
Referencias.....	31

Lista de figuras

Figura 1Ferticampo Colombia SAS.....	14
Figura 2 Linea de tiempo	19
Figura 3 Organigrama	22

Glosario

-T.R.M: Tasa representativa de mercado correspondiente al valor en Pesos (Moneda corriente) de un Dólar (Divisa representativa) en el mercado internacional.

-T.A.N: Territorio Aduanero Nacional en el cual rige la normatividad fiscal y tributaria sobre bienes y servicios comercializables.

-Importaciones: Ingreso de Mercancías al Territorio Aduanero Nacional de forma Legal de acuerdo a la normatividad Aduanera.

-Transito aduanero nacional: la autoridad en materia de aduanas en Colombia define el Transito aduanero como *“Conjunto de acciones realizadas con el fin de cumplir los procedimientos exigidos en las normas aduaneras para el tránsito aduanero de mercancías nacionales o de procedencia extranjera, bajo control aduanero, de una aduana a otras situadas en el territorio aduanero nacional.”* (Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales [DIAN], 2021, pág. 5)

-Operaciones de cambio: De acuerdo al Banco de la república de Colombia se definen las operaciones cambiarias obligatoriamente canalizables a través del mercado cambiario como: *“Las cuales la negociación o transferencia de divisas debe hacerse a través de los IMC o de cuentas de compensación, y no por el mercado libre o no regulado. De acuerdo con el artículo 2.17.1.4 del Decreto 1068 de 2015 y el artículo 41 de la RE 1/18, las operaciones de cambio obligatoriamente canalizables en el mercado cambiario son las siguientes; Importación y exportación de bienes, Operaciones de endeudamiento externo celebradas por residentes en el país, así como sus costos financieros inherentes, Inversiones de capital del exterior en el país, así como sus rendimientos asociados, Inversiones de capital colombiano en el exterior, así como sus rendimientos asociados, Inversiones financieras en títulos emitidos y en activos radicados en el exterior, así como sus rendimientos asociados, salvo cuando las inversiones se efectúen con divisas provenientes de operaciones que no deban canalizarse en el mercado cambiario, Avaes y garantías en moneda extranjera y Operaciones de derivadas.”* (Banco de la Republica de Colombia [Banrep], 2022)

-Agroindustria: la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, FAO define el termino agroindustria como *“El sector agroindustrial se define aquí como el subconjunto del sector manufacturero que procesa materias primas y productos intermedios agrícolas, forestales y pesqueros. De este modo, el sector agroindustrial incluye*

fabricantes de alimentos, bebidas y tabaco, textiles y prendas de vestir, muebles y productos de madera, papel, productos de papel e impresión, además de caucho y productos de caucho.” (Organización de las Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 1997, pág. 12)

- **Fedearroz:** La Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC) acerca de la organización Fedearroz en vocería del gerente general Rafael Hernandez brindan la siguiente descripción: *“La Federación Nacional de Arroceros es una asociación de carácter gremial y nacional, compuesta por los productores de arroz que se afilian a ella. Trabaja por la defensa y representación de los agricultores arroceros promoviendo su desarrollo tecnológico, buscando su eficiencia económica y mayor competitividad.”* (Hernandez, 2013)

-**Seguridad alimentaria:** La OMC acerca de la seguridad alimentaria se pronuncia de la siguiente manera: *“Se considera que las personas gozan de "seguridad alimentaria" cuando tienen acceso a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para llevar una vida sana y activa. En la OMC, se celebran periódicamente en el Comité de Agricultura debates relativos a la seguridad alimentaria. En 2013, los Miembros de la OMC acordaron negociar y hallar una solución permanente para la cuestión de los programas de constitución de existencias públicas con fines de seguridad alimentaria para los Miembros en desarrollo. En el marco de esos programas, los países pueden comprar y almacenar alimentos y distribuirlos a las personas necesitadas. No obstante, algunos de esos programas pueden utilizarse para otorgar ayuda a los agricultores y se consideran, por tanto, causantes de distorsión del comercio”* (Organización Mundial del Comercio [OMC], 2022)

-**Mecanización agrícola:** Araya comenta acerca del concepto de Maquinización Agrícola en un escrito en vocería de Fedesarrollo *“...dicho concepto se limita a la introducción de maquinaria agrícola en el proceso que va desde la preparación del terreno hasta la recolección de la cosecha; esta maquinaria consiste fundamentalmente en tractores, implementos para la siembra y el cultivo, y combinadas. Los tractores constituyen el indicador más apropiado para medir este tipo de mecanización, en vista de que su uso trae consigo la utilización del resto de los implementos que se emplean en las distintas faenas agrícolas...”* (Escobar & Araya, 1976, pág. 1)

-**Fertilizantes e insumos agrícolas:** El Instituto Colombiano Agropecuario define como Bioinsumos y fertilizantes *“Todo producto o materia prima que se aplique a las plantas y cultivos con el fin de portar nutrientes fundamentales para su desarrollo y crecimiento”* y *“Sustancia o mezcla de sustancia elaboradas de origen biológico o natural, sostenible e inocuo, clasificado*

como agente biológico para el control de plagas, inoculante biológico, bioabono, producto bioquímico y extracto vegetal. Se excluyen los Organismos Genéticamente Modificados (OGM) y los bioinsumos catalogados como extremada y altamente tóxicos por el Ministerio de la Protección Social o la entidad que haga sus veces.” (Instituto Colombiano Agropecuario [ICA], 2015, pág. 3)

-Secadoras de grano: Cubillos A de la universidad de Antioquia habla de la importancia del secado del grano y menciona; *“La calidad molinera y su rendimiento se evalúan basados en la proporción del grano que permanece entero o en tres cuartos de su tamaño después de ser beneficiado. Esto se debe a que el valor comercial del grano partido se reduce hasta un 50% del valor del grano entero. Teniendo en cuenta que es la misma materia prima y los elevados volúmenes de producción (contados en millones de kilos mensualmente), pequeñas mejoras en la calidad del final grano tienen impactos significativos en la productividad de la empresa molinera. Cuando se realiza el proceso de molinería lo mejor es manejar métodos que arrojen un buen índice de pilado IP (alta masa de granos enteros) donde el estándar industrial obtiene índices con valores entre 53 y 57. Estos índices están determinados por factores ambientales y de manejo, tales como la cosecha, trilla, almacenamiento y especialmente secado. El secado de arroz Paddy es uno de los procesos de mayor importancia en la producción de arroz blanco [1]. El secado influye también en la capacidad de almacenamiento del grano, el consumo de energía, la masa final del grano y el porcentaje de granos enteros al finalizar el proceso.” (Cubillos, 2010)*

-Logística: *“La logística es una función operativa que comprende todas las actividades y procesos necesarios para la administración estratégica del flujo y almacenamiento de materias primas y componentes, existencias en proceso y productos terminados; de tal manera, que éstos estén en la cantidad adecuada, en el lugar correcto...” (Castelazo, 2020)*

-Marketing: Philip kotler presenta la siguiente definición: *“el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes” (Kotler P. , 1996, pág. 7)*

Resumen

La Inclusión de un practicante de la carrera de negocios internacionales en una empresa es un ejercicio que más allá de ser interesante por la magnificación que otorga la palabra internacional a una actividad es genuinamente beneficioso para la organización transversalmente si es que dicho practicante cumple con las características propias del perfil de un Negociador Internacional.

La Posibilidad de Incluir un elemento con Visión Glocal, que logre relacionar y encadenar lo financiero, comercial y administrativo en la organización con las dinámicas internacionales, la administración de Cadenas de suministro y cadena de Valor y que pueda llevar a cabo negociaciones, ventas, y relaciones públicas de la empresa manteniendo el componente Logístico y de gestión de importaciones y exportaciones propios del comercio Exterior fue lo que en un inicio llevó a la empresa Ferticampo Colombia S.A.S a solicitar un practicante de la Facultad de Negocios Internacionales de Villavicencio de modo que durante el periodo académico participase en las distintas áreas de la empresa fortaleciendo la internacionalización, las estrategias de marketing y de gerencia del servicio en la empresa.

Tras concluido el periodo académico 2021-2 con un balance positivo se rinden cuentas y presentan resultados a través de este escrito donde se describen y detallan las actividades aportes y retos del practicante durante el ejercicio y se brindan conclusiones frente a la información, resultados y experiencias obtenidas.

Abstract

Practice is the potential of knowledge made act. The world that surrounds us and that as professionals we are called to transform requires much more than just wisdom. The ability to feed on a context, read its scenarios, frameworks and contrasts and from that information make real decisions with equally real results or effects that together build or, on the contrary, destroy the realities of people, companies or communities is a responsibility that a professional should refuse to take lightly.

The power of an international negotiator is in his mind and how he manages to make this cocktail of administrative, economic, social and human sciences into an arsenal that will allow him to understand, analyze and provide solutions to the problems of his region aware of the international scene, the implications of global dynamics in the local environment and the opportunities they represent for a country that has so much to offer, so many comparative advantages to take advantage of and so many structural challenges to overcome.

Going from theory to practice is perhaps one of the most uncomfortable steps for a professional when the ink becomes resources, people, values and merchandise and only one bad decision is enough to lose what could be the work of a lifetime materialized in a project.

Keywords: International Business, multi-disciplinary, Theory and practice, projects, outcomes, Challenges.

Introducción

El siguiente es un escrito que recopila las diferentes actividades, funciones, objetivos y resultados obtenidos durante la realización de la opción de grado de prácticas profesionales para la obtención del título de profesional en Negocios Internacionales. En el mismo se detallan acontecimientos importantes, logros destacables y aportes en aprendizajes obtenidos durante el transcurso del periodo 2021-2 en el cual fueron desempeñadas las prácticas laborales en la empresa FERTICAMPO COLOMBIA S.A.S con sede y oficinas Matrices en Villavicencio Meta en áreas comercial, logística y administrativa.

De igual manera se describe el perfil de la empresa, una breve reseña histórica y sus distintivos institucionales de forma que se pueda apreciar como su área de acción, actividad económica y demás características le hacen afín al programa de negocios internacionales y permiten que se cumplan los objetivos que ha dispuesto la Universidad Santo Tomas Villavicencio para con las prácticas empresariales como opción de grado para sus futuros profesionales.

Al final se contrastarán los objetivos o pretensiones de este ejercicio Laboral-Academico con los resultados obtenidos ante la finalización de las prácticas profesionales concluyendo y emitiendo recomendaciones para futuros ejercicios y/o desempeño de la empresa en un mercado internacional.

La práctica es el potencial del conocimiento hecho acto. El mundo que rodea y que están llamados a transformar a los profesionales del siglo XXI Al estar lleno de interrogantes, problemáticas y paradigmas sociales, económicos y geopolíticos requiere de mucho más que solo eruditos que desborden sabiduría. La capacidad de alimentarse de un contexto, leer sus escenarios, entramados y contrastes y partir de esa información tomar decisiones reales con resultados o afectaciones igualmente reales que en conjunto construyan o por el contrario destruyan realidades de personas, empresas o comunidades es una responsabilidad el profesional en Negocios Internacionales debe evitar a tomar a la ligera.

El poder de un negociador internacional está en su mente y en cómo logra hacer de ese coctel de ciencias administrativas, económicas, sociales y humanidades un arsenal que le permitan comprender, analizar y brindar soluciones a las problemáticas de su región consciente del panorama internacional, las implicaciones de las dinámicas globales en el entorno local y las oportunidades que representa para un país que tiene tanto para ofrecer, tantas ventajas

comparativas por aprovechar y tantos retos estructurales por superar. Pasar de la teoría a la práctica es quizás uno de los pasos más incómodos para un profesional cuando la tinta se convierte en recursos, personas, valores y mercancías y basta solo una mala decisión para perder lo que puede ser el trabajo de una vida materializado en un proyecto.

Logo Ferticampo Colombia S.A.S

Figura 1 Ferticampo Colombia SAS



Nota. Adaptado de Ferticampo Colombia SAS

FERTICAMPO COLOMBIA es Una empresa llanera dedicada a la importación y distribución de maquinaria agrícola a nivel nacional desde hace más de 4 años siendo distribuidor en Colombia para multinacionales asiáticas como lo son Shandong Weichai Lovol agricultural industries y Suncue Company Limited de Los países de China y Taiwan respectivamente, así como comercializar productos de marcas de origen europeo como lo son Perkins UK motors del Reino Unido, Hattat Träktor de Turquía y Zoomlion también de China. Esto la ha llevado a realizar continuamente operaciones de comercio exterior con proveedores internacionales, Régimen cambiario, nacionalización de mercancías y de contratación internacional lo que le hace un lugar idóneo para poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo del desarrollo del programa de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás.

El periodo de prácticas tuvo una duración de 6 meses, Mismo en el que se establece un periodo de evaluación de habilidades y conocimiento para la ubicación oportuna donde habrán de desarrollarse las prácticas, Se determina que el Rol asignado es el de apoyo en gerencia y área

comercial incluyendo la naciente dirección de proyectos de molinería y secamiento desempeñando también funciones de comunicación y publicidad, Desarrollo de identidad corporativa y consultoría en marketing estratégico y compras.

La asignación de este rol y las responsabilidades que implica se determinan con el objetivo de llevar al practicante a conocer ampliamente la organización, el esquema y dinámicas de trabajo de forma integral, así como sus operaciones, Socios estratégicos y proceso de toma de decisiones.

Justificación

Las organizaciones en el Siglo XXI diariamente se enfrentan a un mundo y un mercado globalizado en el que la competitividad, la internacionalización y el uso apropiado de estrategias comerciales y organizacionales son fichas claves en el desarrollo del quehacer de las empresas, instituciones, corporaciones y entidades tanto en el sector público como el Privado.

Es por esta importancia que es necesario que las empresas cuenten con un talento humano capacitado tanto para afrontar los retos como para aprovechar las oportunidades que tiene para ofrecerles esta cosmopolitización del mundo y los negocios, así como que los graduandos y profesionales que emprenden su camino en el mundo laboral se encuentren integralmente preparados para hacer uso del conocimiento y la técnica que la academia tiene para ofrecer logrando fusionarla con la visión y experticia que la practica puede otorgarles.

Las prácticas profesionales más allá de ser únicamente una forma o requisito protocolario para la graduación de un universitario pasan a ser entonces una herramienta para la correcta y supervisada inmersión de los jóvenes estudiantes al mundo profesional con la que puedan empalmarse, desarrollar sus propias propuestas de valor como individuo productivo y aplicar la fundamentación teórica que se les ha impartido en un ambiente menos escolástico y más pragmático y tangible.

Objetivos

Objetivo general

- Mejorar el posicionamiento de la marca Ferticampo en mercados Agro-industriales y comerciales impulsando en el proceso el crecimiento de sus marcas insignia en Colombia, la optimización de su productividad, asertividad y eficiencia en operaciones de comercio exterior, mercadeo y publicidad durante el periodo 2021-2.

Objetivos específicos

- Proponer, analizar y evaluar estrategias para el desarrollo y administración de nuevas líneas de productos y su ingreso al mercado nacional de maquinaria agrícola en Colombia.
- Desarrollar alianzas estratégicas con entidades, organizaciones y socios claves que permitan el crecimiento organizacional en las regiones Centro, Ariari, Mojana, Tolima, Casanare y Antioqueña participando y representando a la compañía en eventos comerciales propios del gremio agroindustrial.
- Garantizar el oportuno y satisfactorio cumplimiento de operaciones logísticas de importación, ITR's, gestión documental, instalación de proyectos y servicio post-venta.
- Incrementar el Alcance comunicativo de la empresa hacia su Target group por medio de estrategias publicitarias, de compras, servucción y community Management representado en una base de datos de clientes potenciales, mayor interacción en redes sociales y posicionamiento de la marca para el final del periodo de prácticas.

Información de la empresa

Nombre y razón social

Ferticampo Colombia S.A.S

Reseña histórica

Ferticampo Colombia S.A.S, nace como una empresa familiar siempre ligada al agro tras una vida de trabajo relacionado al mismo por parte de sus socios fundadores. Como empresa con 12 años dedicada a la importación y distribución de insumos químicos y fertilizantes para la agricultura Ferticampo decide hace 4 años incursionar en el mercado de la maquinaria agrícola distribuyendo maquinas cosechadoras combinadas para el cultivo de arroz y de maíz ampliándose a nuevas líneas de productos como lo son su línea de tractores enllantados, Tractores orugados y de molinería y sistemas para el secamiento de grano.

“... Alrededor del mundo las compañías que han alcanzado un liderazgo internacional emplean estrategias que difieren entre sí en todo sentido. Pero si bien cada compañía exitosa emplea su propia estrategia particular, el modo de operación subyacente-el carácter y la trayectoria de todas las empresas exitosas.

Las empresas obtienen Ventaja competitiva mediante actos de innovación. Abordan la Innovación en su sentido más amplio Incluyendo tanto nuevas tecnologías como nuevas maneras de hacer las cosas... ”. (Porter, 2007, pág. 5)

En este fragmento porter hace énfasis en la importancia de la adopción de nuevas tecnologías como un elemento fundamental en el desarrollo de la estrategia competitiva en organizaciones. De la misma manera, podemos considerar que un camino para el fortalecimiento de las ventajas competitivas en

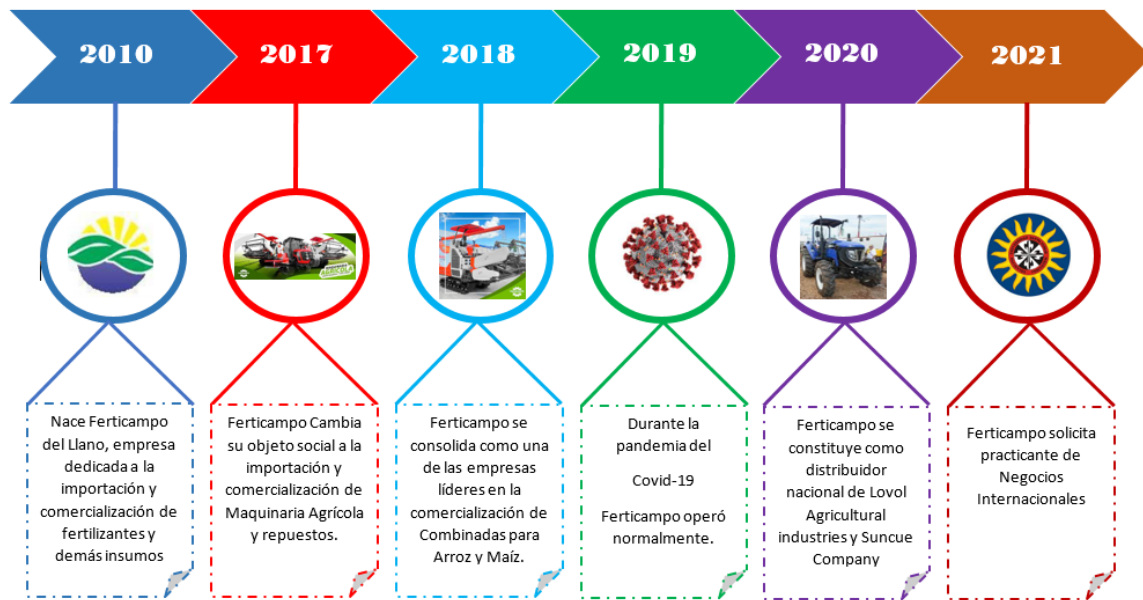
los distintos gremios agropecuarios de Colombia dependen en una justa medida del nivel de maquinización y tecnificación de los procesos.

Con clientes del tamaño de la Federación Nacional de Arroceros Fedearroz, asociaciones regionales de productores y proyectos de secado para la producción de 60 toneladas de semilla diarias instalados, Ferticampo ha logrado en muy poco tiempo un crecimiento

exponencial que la lleva a competir codo a codo con las principales concesionarias de maquinaria agrícola a nivel nacional y continental y a contar con un amplio reconocimiento por parte de los productores de Colombia por su énfasis en el servicio postventa y el gran número de máquinas operando a nivel nacional contando con diversos puntos de distribución en las principales ciudades agrícolas de Colombia como los son Ibagué, Granada, Villavicencio, Purificación y Bogotá.

Linea de Tiempo

Figura 2 Linea de tiempo



Misión

Somos una empresa enfocada al sector agro, que importa y comercializa productos agrícolas, orientada a satisfacer las necesidades de los clientes a través de la variedad, calidad y de un equipo de trabajo calificado, con cobertura nacional.

Estamos comprometidos con el desarrollo de la región, con el bienestar de los colaboradores y con sus accionistas.

Visión

En el año 2022, FERTICAMPO COLOMBIA SAS, se posicionará como una empresa líder en la comercialización de mercancías agrícolas en la región de la Orinoquia y competitiva a nivel nacional, ofertando un amplio portafolio de mercancías importadas de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes, donde se harán nuevas propuestas de negocios, de acuerdo al comportamiento del mercado

Áreas de trabajo

Comercial:

Philip Kotler propone una visión Holística del Marketing o lo que bien podría considerarse Marketing Holístico como "el desarrollo, diseño e implementación de programas, procesos y actividades de marketing que reconocen la amplitud e interdependencias del entorno de marketing actual" (Kotler, s.f.). Esta Visión fue la que orientó las actividades y estrategias de Marketing en Ferticampo buscando no solo Fortalecer la presencia comercial de las marcas insignia de la empresa reflejada en volúmenes de venta, sino hacer avances importantes en Marketing interno, relacionar e integrado de modo que la propuesta de valor de la compañía y del modelo de negocio fueran tangible para todos los grupos de interés.

Con esto en mente se realizó un trabajo de penetración en mercados e impulso de las marcas mediante tele-mercadeo, Visitas en campo; Días de campo; Pruebas de campo; Participación en ferias regionales, nacionales e internacionales; Participación en macro ruedas de negocios; Administración de portales web; Constitución de identidad visual corporativa y unificación del discurso publicitario en redes y medios; Seguimiento a clientes y consolidación de una base de datos para Customer Relationship Management, capacitaciones al personal en ventas y actividades de corretaje.

Logística:

A fin de nutrir las operaciones logísticas, brindar puntos de vista frescos y retroalimentar

operaciones se brindó apoyo al área de Logística por medio de consultoría en temas relacionados a las importaciones yendo a través de la cadena de suministro desde el contacto con proveedores; Recepción y análisis de Proformas Invoice; Clasificación Arancelaria de Productos; Costeo Logístico para la toma de decisiones en referencias y volúmenes de compra; Cubicaje, embalaje y contenerización de maquinaria extra dimensionada; Operaciones de transporte multimodal con tránsito Aduanero; Desconsolidación de la mercancía y operaciones de ITR; Revisión y verificación de mercancías en puertos e instalación y entrega de proyectos en destino.

Administrativa:

Chiavenato define la administración como *“El proceso de Planear, Organizar, Dirigir y Controlar el uso de recursos para lograr objetivos organizacionales”* (Chiavenato, 1979) Entendiendo que se trata de un proceso lógico y no de una actividad aislada en la cual se hace necesario el análisis de un ambiente interno y externo, una organización que permita la sinergia y funcionalidad de los esfuerzos y la medición, presupuestación y control de los recursos y su uso en la organización. Mientras, Robbins y Coulter nos brindan una definición que bien podría considerarse un complemento o enmienda a la concepción que se tiene de la administración como arte y ciencia definiéndola como *“Coordinación de actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas”* (Robbins y Coutler, 2010, pág. 6)

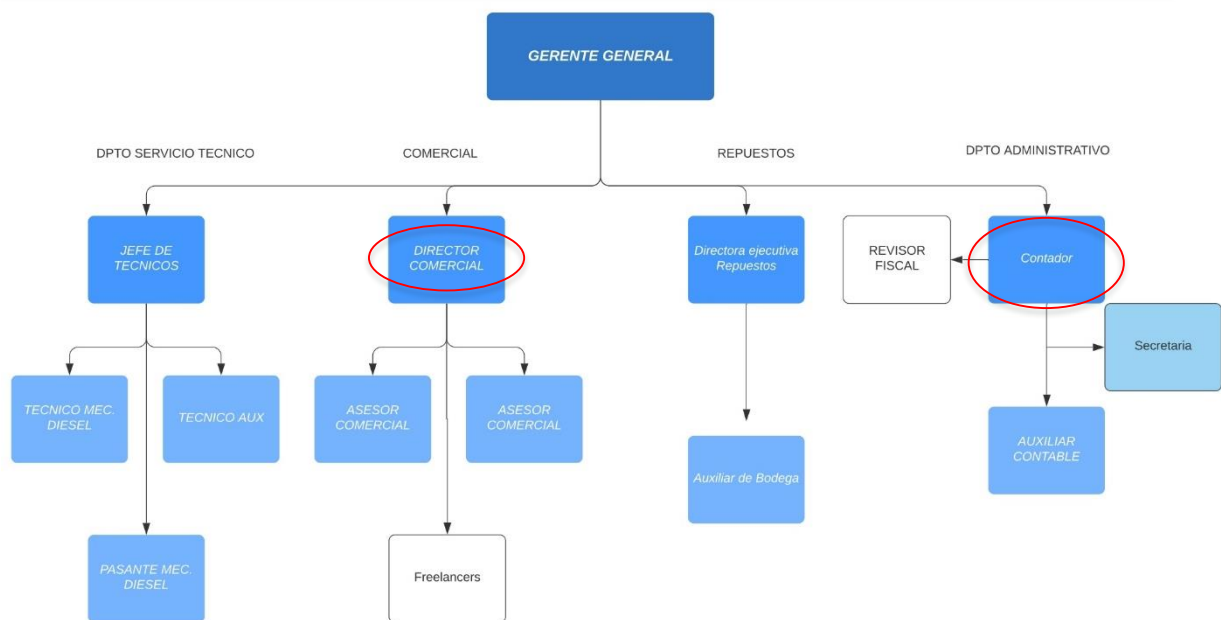
Es este elemento humano en la ecuación el que convierte la administración en un proceso caótico de no tenerse en consideración que factores que a simple vista parecerían irrelevantes como el estado de ánimo, realización profesional o insubordinación en el recurso humano puede ser catastrófico para una organización pues son las personas quienes materializan la construcción de una planeación estratégica y que la cultura organizacional, las políticas organizacionales y el fortalecimiento del sentido de pertenencia pueden hacer la diferencia en la búsqueda del administrador por alcanzar los objetivos organizacionales.

El interés de implementar procesos de planeación estratégica se desarrollaron actividades de análisis de inventarios por medio de herramientas matriciales como la matriz de Kraljic, Boston Consulting Group, MEFI y MEFE entre otros; Análisis financiero y de costos de la compañía, así como monitoreo y proyecciones de variables internacionales, TRM, valor de fletes

internacionales y mercado internacional de recursos energéticos, hidrocarburos, precios de commodities e insumos agrícolas; Contacto en videoconferencias y reuniones de negocios con proveedores nacionales e internacionales y desarrollo de proyectos de exportación de productos agrícolas y otras formas de diversificación de ingresos.

Organigrama

Figura 3 Organigrama



Nota. Organigrama Ferticampo Colombia SAS

Encerrados en círculos rojos se encuentran los departamentos en los que el estudiante realizó sus labores. Al ser una empresa relativamente joven que experimentó un rápido crecimiento en Ferticampo se construyó una estructura de trabajo interdepartamental lo que en un principio es una muestra del compromiso de sus trabajadores, pero representa un reto para mantener las funciones claras.

Funciones laborales

Nombre del cargo:

Practicante profesional de Negocios Internacionales

Objetivos del cargo

Brindar apoyo y gestión en los diferentes procesos organizacionales haciendo uso de las habilidades y conocimientos adquiridos a través del paso por la academia.

Actividades ejecutadas

-Participación en feria regional “Festival de la cosecha granada”: Consistió desde la planeación de la actividad hasta el traslado exitoso de las Maquinas al Coliseo de Granada Meta; La ubicación y organización de un Stand, la recepción y asesoría a clientes potenciales; Exposición del stand y presentación de la empresa para televisora local; contacto con posibles socios estratégicos, asociaciones gremiales de productores y candidatos para distribuidores de la marca. Posteriormente hacer seguimiento a los contactos obtenidos por medio de su consolidación en una base de datos y el manejo a cada uno de los prospectos.

-Participación en feria internacional AGROEXPO 2021: Consistió desde la planeación de la actividad hasta el traslado exitoso de las Maquinas a la ciudad de Bogotá en Corferias donde se llevaron a cabo actividades de exposición en stand; Contactos a asociaciones y federaciones nacionales, reuniones con posibles proveedores de otros países como Brasil, Mexico, Turquía, Alemania y España y la participación en la macro-rueda de negocios organizada por Corferias.

-Participación en feria Nacional “Choco show”: Para esta actividad desarrollada en las instalaciones de Corferias en Bogotá se realizó una participación como invitados presentado la compañía a organizaciones, federaciones, alcaldías y agremiaciones regionales cacaoteras de Colombia.

-Desarrollo de formatos de cotización de proyectos de secado: Esta función consistió en una vez dado un proceso de capacitación previo en Molinería y sistemas de secado en la configuración y diseño de complejos agroindustriales para el procesamiento del arroz y el maíz determinando las especificaciones técnicas, de capacidad, funcionalidad y rendimiento apropiadas para cada cliente teniendo en cuenta los costos de producción, optimización de costos logísticos, presupuestos de proyectos y requerimientos de financiamiento bancario.

-Costeo de proyectos y productos con periódica actualización de listado de precios: Elaboración de costeos de posibles pedidos a proveedores de Tractores, cosechadoras, repuestos y secadoras teniendo en cuenta su identidad arancelaria, Precios en Origen, precios de transporte internacional, seguros, desaduanamiento y costos de agenciamiento, tarifas de OTM, Impuestos nacionales y estampillados municipales.

-Portafolio de productos V1: Diseño, redacción e impresión de un portafolio de productos con descripciones técnicas y comerciales de las máquinas del portafolio de Ferticampo Colombia SAS.

- Visitas comerciales municipales, regionales y nacionales.
- Supervisión proyecto de instalación Suncue Chigorodó Antioquia.
- Portafolio de productos V2
- Visita a parques industriales, Molinos y Centros de distribución.
- Visita a Mina de piedra fosfórica Neiva Huila.
- Visita a Zonas Francas.
- Visitas comerciales Duitama Boyacá.
- Visitas comerciales Villanueva Casanare.
- Visitas comerciales Medellín Antioquia.
- Visitas comerciales Montería.
- Visitas comerciales a comunidades menonitas pto gaitan Meta
- Visitas comerciales Puerto Gaitán Meta.
- Reunion con clientes potenciales proyectos de exportacion.
- Reuniones con operadores logísticos y agencias de aduanas.
- Reuniones con alcaldías y gobernaciones departamentales.
- Reuniones federaciones y asociaciones de agricultores.
- Reuniones con entidades bancarias.

- Reuniones con Bancoldex
- Reuniones con Procolombia
- Reuniones con Finagro Colombia.

-Capacitación Técnica Mecánica Diesel: A fin de poder desempeñar correctamente las funciones del cargo se dispusieron tiempos para la capacitación en cuanto a la naturaleza, especificaciones y funcionamiento técnico y mecánico de los tractores y cosechadoras, así como capacitación en Mecanización agrícola, conducción y operación de las máquinas, mantenimiento y reparación de maquinaria agrícola.

- Capacitación Sistemas de secado.
- Capacitación Comercial método de ventas Taiwan.
- Acompañamiento servicio postventa Guaranda Sucre.
- Instalación de proyecto Federación nacional de arroceros Aipe Tolima
- Capacitación a equipos comerciales de distribuidores.
- Pruebas de campo Marcas Nuevas.

-Supervisión proyecto de instalación El castillo Meta: Ante la primera venta de una máquina secadora por parte de la empresa se hizo un acompañamiento a los técnicos instaladores de fábrica y técnicos de la empresa durante la entrega haciendo toma de evidencias fotográficas, videos para material publicitario, recopilación de datos técnicos y de operación de las máquinas y diligenciamiento de documentos.

- Negociación y establecimiento de punto de distribución regional en Ibagué Tolima.
- Negociación y establecimiento de punto de distribución en granada Meta.
- Negociación y establecimiento de punto de distribución en Bogotá Cundinamarca.
- Operación de ITR en puerto Cartagena.
- Seguimiento a importaciones, revisión de documentación y confirmación de clasificación arancelaria.
- Estudios de factibilidad para proyectos de inversión molinería.
- Apoyo en planeación, Análisis financiero y proyecciones 2022
- Gestión documental y de registros ICA, INVIMA -Entidades correspondiente en destino

Aportes

Durante el desarrollo del ejercicio de las practicas las actividades y funciones realizadas previamente descritas permitieron la implementación y entrega de una serie de aportes de parten desde la segmentación de mercado y perfil de cliente para las diversas líneas de productos de Ferticampo basado en variables como rango etario, Tipo de Cultivo, Forma y sistemas de Riego, Cantidad de Hectariaje, Ingresos Semestrales, Personalidad, conducta de compra... de forma que pueda identificarse un target group y optimizar las labores de corretaje así como brindar herramientas a los asesores comerciales que les permita identificar un prospecto de cliente y brindar asesoría frente a la máquina indicada para cada agricultor y trabajo. Así mismo y con base a los insumos obtenidos por la segmentación determinar la configuración de Maquinaria a solicitar de forma que las actividades de compra sean más efectivas en cuanto a rotación y contribuyan al alcance de los objetivos organizacionales en cuanto a marketing y participación de Mercado.

Por medio del Desarrollo, estructuración y depuración de una base de datos de clientes se logró organizar la información en un CRM que permita el seguimiento, monitoreo y administración del contacto con los clientes, unificando y discriminando las diversas fuentes de prospectos de clientes como lo pueden ser tele-mercadeo, ferias, Corretaje y redes sociales asignando asesores a cada uno de los prospectos permitiendo el control de resultados por metas y la aplicación oportuna de incentivos y retroalimentación de la labor comercial. De igual manera se inició un proceso de base de datos de repuestos y análisis de inventarios de forma que la disponibilidad y oferta de los mismos responda al número y naturaleza de las máquinas operativas en las zonas de interés.

Se llevó a cabo la Implementación de un portafolio de productos que permitiera la presentación formal de la compañía a prospectos de clientes e instituciones públicas y privadas. Partiendo de la premisa de que estos respondieran a la identidad visual de la compañía i fueran identificables de la manocon el trabajo realizado en redes sociales, propuestas comerciales y banners publicitarios de la marca. Para el caso de las ferias regionales, nacionales e internacionales se realizó la creación de material publicitario unificando el discurso y orientándolo al segmento de mercado o target group de interés de la Feria.

Como parte de la estrategia de establecimiento de alianzas comerciales se realizó la elaboración de contratos para distribución, corretaje y otras actividades comerciales que permitieran a la empresa establecer relaciones comerciales claras desde un punto legal y que le permitieran asegurar no solo el cumplimiento de los compromisos adquiridos sino el bienestar y correcto uso de la planta, maquinaria y equipo de la compañía.

Se llevó a cabo el desarrollo, diseño, Actualización y reestructuración de página Web de la empresa **www.ferticampo.com** Vinculandola a las Redes sociales de la empresa a las cuales se les realizó un proceso de reactivación y engagement orientado al segmento de mercado cumpliendo con métricas establecidas en cuanto a la naturaleza e interacción de seguidores y usuarios.

La realización de constantes visitas comerciales locales, intermunicipales e interdepartamentales nutrieron a la empresa de contactos e información concerniente a clientes potenciales, Comportamiento y evolución del gremio y sus actividades y desarrollo de oportunidades de negocios para la diversificación de ingresos. Así como se logró el establecimiento de alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas destinadas al desarrollo de la competitividad agrícola en Colombia proponiendo la mecanización agrícola y a la agro industrialización como una alternativa y una estrategia para incrementar rendimientos, aliviar los embotellamientos en la cadena de distribución durante cosecha y el fomento de empleo formal en las principales regiones agrícolas del País.

Se elaboraron proyectos de exportación de produce y productos agroindustriales con destino a Asia y África, Adelantando un trabajo de inteligencia de mercados, gestión de exportaciones y de registros previos para el ingreso del producto a nuevos mercados. Mismos que a la fecha se encuentran en desarrollo, así como proyectos para la importación de insumos e implementos agrícolas.

Recomendaciones

Finalizado el ejercicio se recomienda a Ferticampo Colombia S.A.S:

-Reestructurar su Nomina Orientándola más hacia la potencialización de las ventas y no hacia la construcción de protocolos burocráticos y documentales. Desde la administración del talento humano, la servucción y la asignación de funciones y responsabilidades se puede consolidar un organigrama que más allá de aislar la Venta en un departamento comercial, propicie la creación de un entorno orientado a la captación de nuevos clientes, la buena atención, la creación de momentos de verdad efectivos y la fidelización de los clientes sin tener que prescindir de personal o incrementar en gran medida la nómina (lo que no sería recomendable financieramente al menos en el punto en el que se encuentra la empresa Ferticampo el día de hoy). *“La gestión del proyecto es como hacer malabarismos con tres bolas: tiempo, costo y calidad. La gestión del programa es como un grupo de artistas de circo parados en un círculo, cada uno haciendo malabares con tres bolas e intercambiándolas de vez en cuando”* (Reisst, 1992)

-Reducir el portafolio de productos verticalmente prestando mayor atención a cada línea de productos y atendiendo un segmento de mercado más específico. Haciendo uso de las herramientas en la toma de decisiones que nos brinda el Marketing estratégico pueden enfocarse los esfuerzos hacia actividades que generen mejores y mayores resultados en ventas, así como el incremento de la participación en el mercado y el posicionamiento de la marca apuntando a ser Top of Mind y Top of Heart en los consumidores.

-Prescindir de eslabones innecesarios en la cadena de suministro tal como intermediarios y agentes de aduanas en operaciones rutinarias. Al contar con personal capacitado en áreas de Logística y gestión de Importaciones Ferticampo se encuentra facultada y en capacidades para llevar a cabo procesos de importación de manera Autónoma.

-Diversificar las fuentes de ingresos por medio de la prestación de servicios aprovechando recursos humanos y activo explotables de la empresa. Si bien como negocio la Importación de Maquinaria agrícola es rentable, la coyuntura económica por la que atraviesa el mundo Post-Covid con tensiones políticas, bloqueos y percances logísticos y el debilitamiento del sector agrícola en Colombia, buscar alternativas de alta rotación y bajo costo no solo es una forma de incrementar los ingresos y oxigenar la organización sino permite la toma de decisiones más arriesgadas en el

quehacer organizacional.

-Tercerizar actividades no esenciales y puestos de trabajo que no ameriten una inclusión directa en el organigrama y que podrían trabajarse por medio de la figura de prestación de servicios u contrato de Obra Labor. El Rightsourcing, aunque más complejo de lo que parece es el camino para lograr metas de forma más rápida y efectiva al identificar los aportes a la Cadena de Valor de las actividades de la empresa y determinando a que debe prestarle mayor atención la misma.

Conclusiones

-Tanto La Casa Matriz como los puntos de Distribución recibieron atención, asesoría y apoyo durante el desarrollo de las practicas. Los entregables y actividades desarrolladas previamente descritas se tradujeron en balances positivos en Ventas y Presencia de la marca en más regiones de Colombia. Teniendo en cuenta que todas las líneas de productos vigentes se encuentran en etapa de introducción al mercado los más notorios resultados se verán en los periodos siguientes.

-Propuestas de estrategias como la Implementación de Alianzas estratégicas, El uso de la estrategia de productos apalancados, economía de escala y pricing de penetración rindieron frutos en las nuevas líneas de productos durante el cumplimiento de su ciclo de Vida mientras que antiguas líneas se cerraron de forma estratégica lo que direccionó la empresa un poco más hacia la estrategia del océano Azul.

-Las Ferias regionales, Nacionales e internacionales permitieron a la empresa hacerse de contactos que le permitirán realizar procesos de integración vertical, consolidar alianzas estratégicas y hacerse a una amplia base de datos para su labor comercial.

- Se llevaron a Cabo 4 operaciones logísticas internacionales y 5 operaciones nacionales de forma Exitosa 2 de las cuales estuvieron completamente a cargo del practicante.

- La actividad en Redes se incrementó en un 200% con la aparición de un buen número de prospectos de clientes y la consolidación de una nueva identidad visual de la compañía.

Referencias

- Banco de la Republica de Colombia [Banrep]. (2022). Conceptos generales del Comercio Exterior colombiano. <https://www.banrep.gov.co/es/operaciones-comercio-exterior-de-bienes/conceptos-generales>
- Castelazo, R. (2020). *Sistema de Inteligencia comercial [Legiscomex]*. Conceptos Generales de comercio exterior. https://www.google.com/search?q=definici%C3%B3n+de+Logistica+legiscomex&ei=bXFMYr-6IvPhxgHe05qQDA&ved=0ahUKEwj_pJjurv32AhXzsDEKHd6pBsIQ4dUDCA4&uact=5&oq=definici%C3%B3n+de+Logistica+legiscomex&gs_lcp=Cgdnnd3Mtd2l6EAMyBwghEAoQoAE6BwgAEecQsAM6BwgAELADEEM6BQg
- Chiavenato, I. (1979). Conceptos generales. <https://esmirtasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>
- Cohen, H. (1984). Enfoque y Alcance de la negociación. *Todo es negociable. Barcelona España. El planeta 1 edición*
- Cristopher, M. (1991). Conceptos generales. La administración como ciencia. *Introducción a la administración. Grupo editorial Iberoamericana*
- Cubillos, A. V. (2010). Conceptos generales Secado de Arroz Paddy. *Revista de facultad de ingeniería Universidad de Antioquia*. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-62302010000600008#:~:text=El%20secado%20de%20arroz%20Paddy%20es%20uno%20de%20los%20procesos,enteros%20al%20finalizar%20el%20proceso.
- Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales DIA (2001) Manual de Transito Aduanero OTM.: https://www.dian.gov.co/aduanas/Documentos_2020/Manual_transito_aduanero_externo.pdf
- Escobar & Araya. (1976). Conceptos genersles. La Mecanización en Colombia. *Fedesarrollo*.
- Hernandez, R. (2013). Conceptos generales. Sociedad de Agricultores de Colombia [SAC]. <https://sac.org.co/fedearroz/#:~:text=La%20Federaci%C3%B3n%20Nacional%20de%20Arroceros,eficiencia%20econ%C3%B3mica%20y%20mayor%20competitividad.>

- Instituto Colombiano Agropecuario. Conceptos y regulaciones. (s.f). Instrutivo para el diligenciamiento de la forma 3-641 "Concepto de insumos"
<https://www.ica.gov.co/areas/pecuaria/servicios/regulacion-y-control-de-medicamentos-veterinarios/instructivo-autorizacion-ingreso-de-materias-p-1.aspx#:~:text=Cualquier%20sustancia%20o%20mezcla%20de,o%20comercializaci%C3%B3n%20de%20alimentos%2C%20product>
- Kotler, P. (1996). Conceptos generales. Marketing holístico.
<https://www.marketing4ecommerce.mx/el-marketing-holistico-definicion-y-consejos-para-aplicarlo-en-tu-estrategia-en-mexico/amp/>
- Kotler, P. (1996). *Dirección de Mercadotecnia Octava edición*, 7.
- Organización de las Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]. (1997). Definición de Agroindustria. *Agro-industries for Development. Agroindustrias para el desarrollo*.
Obtenido de <https://www.fao.org/3/I3125s/I3125s.pdf>
- Organización Mundial del Comercio [OMC]. (2022). Glosario de comercio internacional. *World Trade Organization*. https://www.wto.org/spanish/thewto_s/glossary_s/glossary_s.htm
- Porter, M. (2007). Conceptos generales. *Estrategia Competitiva, técnicas para el análisis de los sectores*. En M. Porter, *Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores*.
https://www.academia.edu/24621661/ESTRATEGIA_COMPETITIVA_T%C3%A9cnicas_para_el_an%C3%A1lisis_de_los_sectores_y_de_la_competencia
- Reisst, G. (1992). Conceptos generales. *Administración de proyectos desmitificada. Project Management Demystified: Today's tools techniques*.
- Robbins y Coutler. (2010). Stephen P Robbins y Mary Coulter. Conceptos gennerales. *Administración 10 edición*, p 6.