

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Bibliotecas Bucaramanga

Universidad Santo Tomás

Informe práctica empresarial Autopartes Castelmotors S.A

Karen Alexandra Vesga Páscitto

Trabajo de grado para optar por el título de profesional en Negocios Internacionales

Director

Sandra Helena Rodríguez Meléndez

Candidata a Magister en Derecho

Universidad Santo Tomas, Bucaramanga

División Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

2017

Contenido

Introducción	11
1. Justificación.....	12
2. Objetivos de la práctica	12
2.1 Objetivo general	12
2.2 Objetivos específicos.....	12
3. Perfil de la Empresa	13
3.1 Perfil de la marca.....	13
3.2 Misión.....	14
3.3 Visión	14
3.4 Reseña Histórica	14
3.5 Estructura Organizacional	16
3.6 Aspectos económicos	16
3.7 Portafolio de productos y servicios	21
3.8 Aspectos del mercado.....	22
4. Cargo y funciones.....	23
4.1 Funciones.....	23
4.1.1 Realizar estudios de mercados de países objetivos incluyendo clientes potenciales para la continuidad de internacionalización de la marca KMX International.....	23

4.1.2 Coordinar actividades para la internacionalización de la marca.	28
4.1.3 Enviar cotizaciones a clientes y hacer el respectivo seguimiento.	29
4.1.4 Coordinar los envíos de muestras para los clientes internacionales.....	30
4.1.5 Apoyo en organización de ferias internacionales.....	31
4.1.6 En coordinación con el área de mercadeo, desarrollar piezas publicitarias para contactar clientes y captar la atención.	31
5. Marco conceptual y normativo.....	32
6. Aportes	32
7. Conclusiones y sugerencias.....	33
7.1 Conclusiones.....	33
7.2 Sugerencias.....	34
Referencias.....	35
Apéndices	36

Lista de Tablas

Tabla 1. Valor FOB en dólares americanos de las importaciones de autopartes para Autopartes Castelmotors Año 2016.....	17
Tabla 2. Valor FOB en dólares americanos de los principales importadores en Colombia de la partida 8708940010 Año 2016.....	19
Tabla 3. Valor FOB en dólares americanos de las importaciones para Autopartes Castelmotors S.A.S por proveedor y país de origen.....	20
Tabla 4. Principales países proveedores de partes y accesorios automotrices para México.	25
Tabla 5. Base de datos empresas distribuidoras de autopartes en Ciudad de México y Guadalajara. ...	26

Lista de figuras

Figura 1. Estructura Organizacional Autopartes Castelmotors.....	16
Figura 2. Estructura Organizacional KMX International.....	16
Figura 3. Portafolio de productos KMX International. Adaptado de www.kmxinternational.com.....	22
Figura 4. Resultados estudio de países potenciales en el sector automotriz del continente americano.	24
Figura 5. Agenda de visitas a México.....	28
Figura 6. Documento cotizaciones KMX International.	30
Figura 7. Cronograma de seguimiento a clientes KMX.....	32

Lista de apéndices

Apéndice A. Factura Comercial.....	36
------------------------------------	----

Glosario

Agente de Carga: Persona jurídica cuyo objetivo social incluye, entre otras las siguientes actividades: Coordinar y organizar embarques, consolidar carga de exportación o desconsolidar carga de importación, emitir o recibir del exterior los documentos de transporte propios de su actividad.

Bill of lading: Documento que se emplea en el transporte marítimo. Emitido por el naviero o el capitán del buque, sirve para acreditar la recepción o carga a bordo de las mercancías a transportar, en las condiciones consignadas. Suelen emitirse tres originales y varias copias no negociables. Es necesario presentar un original para retirar la mercancía.

Certificado de origen: Documento expedido y/o visado por las cámaras de comercio u otros organismos competentes del país exportador, que sirve para acreditar que la mercancía consignada es originaria de la nación mencionada en el mismo. Suele exigirse por motivos arancelarios, ya que hay países que tienen tarifas discriminatorias según el país de procedencia.

ERP: (Enterprise Resource Planning – Planificación de Recursos Empresariales) es un conjunto de sistemas de información que permite la integración de ciertas operaciones de una empresa, especialmente las que tienen que ver con la producción, la logística, el inventario, los envíos y la contabilidad.

Factura comercial: Documento en el que se fijan las condiciones de venta de las mercancías y sus especificaciones. Sirve como comprobante de la venta, exigiéndose para la exportación en el país de origen y para la importación en el país de destino. También se utiliza como justificante del contrato comercial.

Importación: Es la introducción de mercancías de procedencia extranjera al territorio aduanero nacional. También se considera importación la introducción de mercancías procedentes de Zona

Franca Industrial de Bienes y de Servicios, al resto del territorio aduanero nacional en los términos previstos en este Decreto.

Incoterm FOB: Puerto de carga convenido Libre a bordo (FOB) significa que el vendedor entrega la mercancía a bordo del buque designado por el comprador en el puerto de embarque.

Investigación de mercados: Recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo.

Muestra de producto: Una muestra será aquella pequeña cantidad de producto que se exhibe o en su defecto se regala, para que el potencial cliente lo conozca, lo pruebe y finalmente se decida a comprarlo.

Producto terminado: Se conoce como producto terminado al objeto destinado al consumidor final. Se trata de un producto, por lo tanto, que no requiere de modificaciones o preparaciones para ser comercializado.

Reservas de carga: Permite a las empresas transitarias y a los cargadores solicitar a las navieras una reserva de espacio para los contenedores que van a embarcar y recibir las correspondientes confirmaciones.

Segmentación de mercado: Hace referencia a la división del mercado en grupos uniformes más pequeños cuyos miembros comparten ciertas características y necesidades.

Tercerización: La tercerización o subcontratación es una práctica llevada a cabo por una empresa cuando contrata a otra firma para que preste un servicio que, en un principio, debería ser brindado por ella misma. Este proceso suele realizarse con el objetivo de reducir los costos.

Resumen

La realización de la práctica, tiene lugar en Autopartes Castelmotors S.A.S, empresa que cuenta con una trayectoria de 30 años en el sector autopartista, y que trabaja de la mano con la marca KMX International. Estas empresas se enfocan en la fabricación y distribución nacional e internacional de partes de suspensión y dirección automotriz.

En el año 2016, Autopartes Castelmotors logró ser el cuarto mayor importador a nivel nacional con la partida 8708940010, que es considerada la de mayor rotación de la empresa, reflejando un valor de 857,098.49 USD valor FOB.

Autopartes Castelmotors se encuentra ubicada en la Calle 23#18-21 en Bucaramanga, Santander. La empresa KMX International cuenta con oficina administrativa en Miami, Florida y con una oficina comercial localizada en Bucaramanga, Colombia. Así mismo KMX distribuye a países de Centroamérica y Suramérica como Colombia, Panamá, Venezuela, Ecuador, Honduras, Guatemala, República Dominicana y Costa Rica.

La práctica profesional brinda al estudiante la oportunidad de manejar los conceptos aprendidos en los semestres cursados dentro de una compañía, así como conocer sus debilidades, fortalezas y desarrollar nuevas competencias que le permitirán obtener experiencia laboral la cual será de gran importancia al momento culminar la etapa universitaria.

Introducción

El presente informe tiene como objetivo presentar las diferentes funciones desarrolladas por el estudiante de Negocios Internacionales en la práctica profesional para la empresa Autopartes Castelmotors S.A.S. Con respecto a funciones enfocadas en los proceso de internacionalización de la marca KMX.

De igual manera, se especifican cada una de las actividades e investigaciones de mercado que se tuvieron que realizar al momento de aperturar países como Estados Unidos y México con el fin de introducir el portafolio de productos de la marca.

1. Justificación

La práctica profesional es la opción más completa como proyecto de grado, ya que es la introducción al ejercicio profesional del estudiante y se logra mediante la vinculación con una empresa en la que desempeña funciones propias de su carrera o pregrado profesional.

Esta oportunidad de poner en práctica la preparación teórica recibida en la universidad le proporciona al estudiante no sólo la necesaria experiencia laboral, sino un crecimiento tanto personal como profesional en el área de negocios internacionales.

Realizar la práctica en la empresa Autopartes Castelmotors S.A.S, no se limita a brindar al estudiante la oportunidad de conocer y aprender de los procesos que allí se llevan a cabo, adquiriendo así un conocimiento integral que responde a las necesidades del mercado y del entorno laboral, sino que el estudiante también tiene una participación activa, dinámica y eficiente en las decisiones que se toman en la empresa debido a los aportes que éste puede llegar a proporcionar.

2. Objetivos de la práctica

2.1 Objetivo general

Poner en práctica los conocimientos adquiridos durante el tiempo de formación teórica en la universidad, con el fin de desarrollar habilidades y competencias específicas en el área de mercadeo Internacional, y a partir de esto, lograr experiencias significativas que permitan el crecimiento integral como profesional de Negocios Internacionales.

2.2 Objetivos específicos

Fortalecer los conocimientos adquiridos durante la formación académica, así como experiencia laboral para poder ser utilizado en un futuro profesional.

Desarrollar habilidades de comunicación y trabajo en equipo.

Desarrollar nuevas habilidades afines a la carrera.

Apoyar a la empresa en todos los procesos concernientes a los negocios Internacionales, con el fin de lograr mejores niveles de eficiencia.

Incorporar las experiencias adquiridas para avanzar de manera significativa en el desarrollo integral.

3. Perfil de la Empresa

El objeto social de Autopartes Castelmotors S.A.S es la comercialización, representación, importación, distribución de partes para automóvil, lujos, accesorios de motos y demás, la cual licita tanto en Colombia como en el extranjero. Cuenta con tres sucursales ubicadas en Bucaramanga, Bogotá y Barranquilla, logrando una cobertura actual en más del 75 % del territorio colombiano, a través de asesores de venta y puntos de distribución.

- Razón social: AUTOPARTES CASTELMOTORS S.A.S
- Dirección: Cl. 23 #18-21, Bucaramanga, Santander
- Teléfono: (7) 6 698 5252
- Email: comercial@castelmotors.com
- Página web: www.castelmotors.com
- Representante legal: Segundo Noel Castillo Ortiz

3.1 Perfil de la marca

El enfoque de KMX International Corp. se fundamenta en el desarrollo y fabricación de partes de suspensión y dirección automotriz, con un balance entre altos estándares de calidad y precios competitivos, logrados bajo la optimización de procesos productivos y logísticos.

3.2 Misión

Autopartes Castelmotors SAS, comercializa e importa repuestos automotrices de alta calidad y precios competitivos que superen las expectativas de nuestros clientes, garantizando la entrega oportuna de los productos a cualquier lugar del país, con el apoyo de un personal calificado, procesos eficientes y mejora continua.

3.3 Visión

Ser para el año 2016 la empresa líder y auto sostenible con responsabilidad social, en el cumplimiento de la distribución de repuestos automotrices a nivel nacional y la satisfacción de nuestros clientes, mediante un equipo de trabajo óptimo y un portafolio de productos estructurado y competitivo.

3.4 Reseña Histórica

Autopartes Castelmotors SAS, cuenta con una tradición de 30 años en el oriente colombiano (1987), cuando su propietario, Noel Castillo en compañía de su esposa Zoraida Téllez, deciden fundar su primer negocio llamado “Distribuciones Noel Castillo”, dedicado a la compra y venta de autopartes.

Con la llegada del siglo XXI, los propietarios de la empresa deciden darle un nuevo rumbo al negocio con miras en brindar un mejor servicio a los clientes y tener un mayor cubrimiento en el resto del país. Es por esto que se decide cambiar su razón social a "Comercializadora de Autopartes", la cual pretende seguir los ideales de la anterior empresa pero con un toque de organización y trabajo en equipo con sentido humano, ofreciendo lo mejor para los clientes.

En el año 2004 nace la actual Autopartes Castelmotors SAS, una empresa con ideas innovadoras y metas muy claras. Se inicia el proceso de importaciones con excelentes resultados y alto nivel de aceptabilidad por parte de sus clientes.

Actualmente Autopartes Castelmotors SAS, es una empresa distribuidora de las marcas más reconocidas en el país y a su vez importadora de piezas de alta calidad para suplir las necesidades del mercado. Esta compañía es netamente mayorista, ofreciendo de esta manera precios muy competitivos y gran variedad de productos para los vehículos.

Dentro del portafolio de productos cuenta más de 7500 ítems. En el año 2007 logra su certificación bajo la norma ISO 9001 Versión 2000, logrando de esta manera certificar sus procesos de comercialización en autopartes.

En el año 2008 tras un plan de expansión se da apertura a la sucursal Barranquilla, buscando optimizar el proceso de distribución y a su vez estar más cerca del cliente para satisfacer las necesidades.

En el año 2011 la compañía lanza al mercado la marca KMX International, dedicada al desarrollo y fabricación de partes de suspensión y dirección automotriz para vehículos ligeros, la cual ha tenido gran acogida en el mercado nacional e internacional y actualmente, representa más del 80% de las ventas totales de la compañía.

Para el año 2012, la marca KMX ingresa a Venezuela, como una propuesta novedosa y atractiva para este mercado debido a la calidad, tecnología y presentación de sus productos.

3.5 Estructura Organizacional

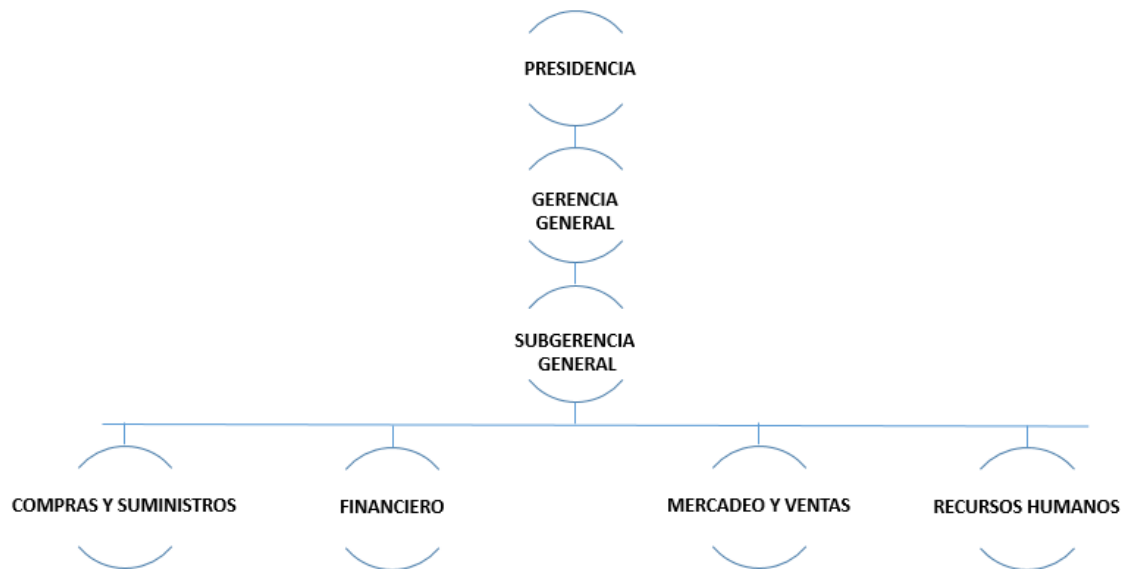


Figura 1. Estructura Organizacional Autopartes Castelmotors.

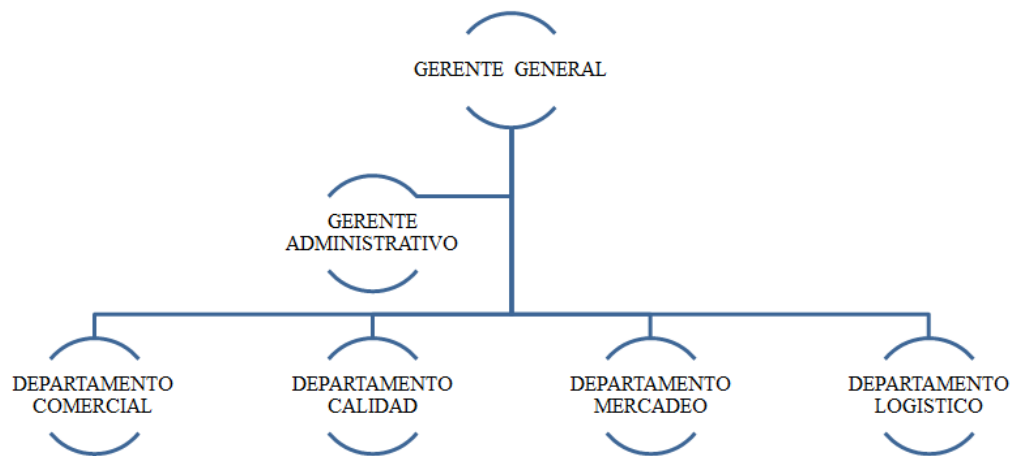


Figura 2. Estructura Organizacional KMX International.

3.6 Aspectos económicos

Para el año 2016, la empresa Autopartes Castelmotors S.A.S importó en el 2016 un valor total de 857,098.49 USD valor FOB en autopartes.

Tabla 1. *Valor FOB en dólares americanos de las importaciones de autopartes para Autopartes Castelmotors Año 2016.*

CODIGO ARANCEL	IMPORTACIONES
3923309900	771,29
3923509000	83,5
3926300000	1.193,73
4010390000	2.054,50
4016930000	224,75
7315120000	437,29
8409919900	15.463,04
8409993000	175,78
8409999900	251,8
8413309100	7.035,78
8413309200	1.874,99
8414590000	9,52
8482100000	16.864,25
8482200000	6.867,06
8484100000	378,53
8487902000	6.021,59
8511309200	1.043,95
8511902100	537,4
8511902900	876,79
8532290000	521,15

Tabla 1. (Continuación)

8536501100	2.823,64
8708301000	23.619,31
8708302390	8.579,50
8708401000	208,47
8708409000	259,77
8708501100	3.924,55
8708501900	2.077,24
8708502900	183.930,13
8708801010	48.852,24
8708802010	53.211,11
8708809090	101.638,93
8708910090	66,4
8708939100	244,82
8708939900	17.892,48
8708940010	270.750,51
8708940090	30
8708992900	1.199,69
8708993300	63.662,75
8708993900	272,4
8708999900	754,79
9025900000	394,03
9029901000	429,87

Tabla 1. (Continuación)

9031809000	347,98
9032100000	5625,32
9032899000	3615,87
TOTAL USD VALOR FOB	857,098

Nota: Esta tabla fue adaptada de www.legiscomex.com

Tabla 2. Valor FOB en dólares americanos de los principales importadores en Colombia de la partida 8708940010 Año 2016.

Razón Social del Importador	Valor FOB USD
SOCIEDAD DE FABRICACION DE AUTOMOTORES .S.A.	5,762,056.19
FORD MOTOR COLOMBIA S.A.S.	1,075,403.09
OBYCO S.A.	398,377.52
AUTOPARTES CASTELMOTORS SAS	270,750.51
AUTOMOTORES TOYOTA COLOMBIA SAS	251,298.59
GENERAL MOTORS COLMOTORES S A	184,178.98
AUTOGERMANA S.A.	166,091.05
DISTRIBUIDORA NISSAN S.A.	162,007.53
DAIMLER COLOMBIA S A	146,008.51
DISPARTES S.A	143,916.87

Nota: Esta tabla fue adaptada de www.dataexim.com

En el año 2016, Autopartes Castelmotors fue el cuarto mayor importador en Colombia de la partida 8708940010 la cual hace referencia a cajas de dirección, producto estrella de la compañía.

Tabla 3. *Valor FOB en dólares americanos de las importaciones para Autopartes Castelmotors S.A.S por proveedor y país de origen.*

RAZON SOCIAL	PAIS DE ORIGEN	Valor FOB (USD)
MLH VERNET S.A.	ARGENTINA	7.031
MOTOR SEVEN COMPANY LTD	COREA DEL SUR	32.496
TAE CHUL INDUSTRIAL CO LTD	CHINA	8.580
SUNMOTION INDUSTRIAL SERVICE LTD	CHINA	24.861
NEO KOREA CORP.	COREA DEL SUR	7.903
KMX INTERNATIONAL CORP.	CHINA	735.484
SOEXIMEX	FRANCIA	26.008
YUEN KUAN ENTERPRISE CO LTD,	TAIWÁN	14.735
TOTAL USD		857.098

Nota: Esta tabla fue adaptada de www.legiscomex.com

Las importaciones de autopartes para la empresa Autopartes Castelmotors S.A.S provienen de 8 diferentes proveedores pertenecientes a 5 países del continente latinoamericano, europeo y asiático. Sin embargo, KMX International representa el 86% de las importaciones realizadas por Autopartes Castelmotors, siendo así, el principal proveedor para la empresa.

Igualmente, el valor exportado por KMX International en el año 2016, sumo un total de 1.698.118 USD valor FOB.

Esta empresa, trabaja mediante un proceso de tercerización de la mano de la empresa Ningbo Motor Industrial CO. LTD, ubicada en la ciudad de Ningbo, China, la cual ejecuta todos los procesos de desarrollo y fabricación.

Toda la operación se realiza bajo el término de negociación FOB, la marca cuenta con bodega de producto terminado cerca al puerto de Ningbo y desde allí es exportado a los diferentes puertos de destino de cada cliente en cada país. Cuenta con una oficina administrativa en Miami, Florida y una oficina comercial ubicada en Colombia, donde se realizan los procesos de contacto con agente de carga, reserva de carga, disponibilidad de mercancía, volumen, peso, emisión y revisión de BL, envío de facturas, elaboración de certificados de origen y demás requerimientos del cliente.

Actualmente, los clientes de KMX International se encuentran ubicados en Suramérica y Centroamérica.

3.7 Portafolio de productos y servicios

KMX International ofrece un variado portafolio de productos. Todos sus productos cuentan con estrictos controles desde el proceso de selección de materiales, fabricación, hasta inspección de producto final. Actualmente, KMX cuenta con más de 15.000 productos desarrollados y dentro de cada empaque se encuentra un folleto, que brinda información técnica, certificaciones, garantía del producto, pruebas de calidad y el manejo adecuado que se debe dar al producto.



Figura 3. Portafolio de productos KMX International. Adaptado de www.kmxinternational.com

3.8 Aspectos del mercado

Autopartes Castelmotors y KMX International, se especializan en la distribución y exportación de partes de suspensión y dirección automotriz, dirigidas específicamente al mercado de los vehículos ligeros.

Actualmente, Castelmotors cuenta con 3 puntos de distribución en Bucaramanga, Barranquilla y Bogotá, además de una cobertura nacional a través de una red de 19 asesores de ventas distribuidos en las zonas de Bucaramanga, San Gil, Barranca, Cúcuta, San Martin, Valledupar, Bogotá, Barranquilla, Arauca, Cali, Eje cafetero, Pasto y Medellín.

El segmento de mercado al cual se dirige KMX, son las empresas importadoras de autopartes netamente mayoristas y también empresas que manejen 2 o más sucursales. En la actualidad, KMX cuenta con una cobertura en 8 países de Centroamérica y Suramérica, como Colombia, Panamá, Venezuela, Ecuador, Honduras, Guatemala, República Dominicana, Costa Rica y continúa con un proceso de expansión hacia nuevos mercados del continente Norteamericano.

4. Cargo y funciones

El cargo seleccionado fue Practicante de Negocios Internacionales en el departamento de Mercadeo Internacional.

4.1 Funciones

4.1.1 Realizar estudios de mercados de países objetivos incluyendo clientes potenciales para la continuidad de internacionalización de la marca KMX International.

Con el objetivo de continuar el proceso de expansión de KMX International, se llevó a cabo un estudio de mercado dirigido al sector automotriz. En primer lugar, se realizó una matriz de priorización de mercados, esto con el fin de establecer los países potenciales y fijar los planes de exploración de la marca. Para esto, se tomaron en cuenta los 4 países del continente americano con mayor potencial en el sector automotriz.

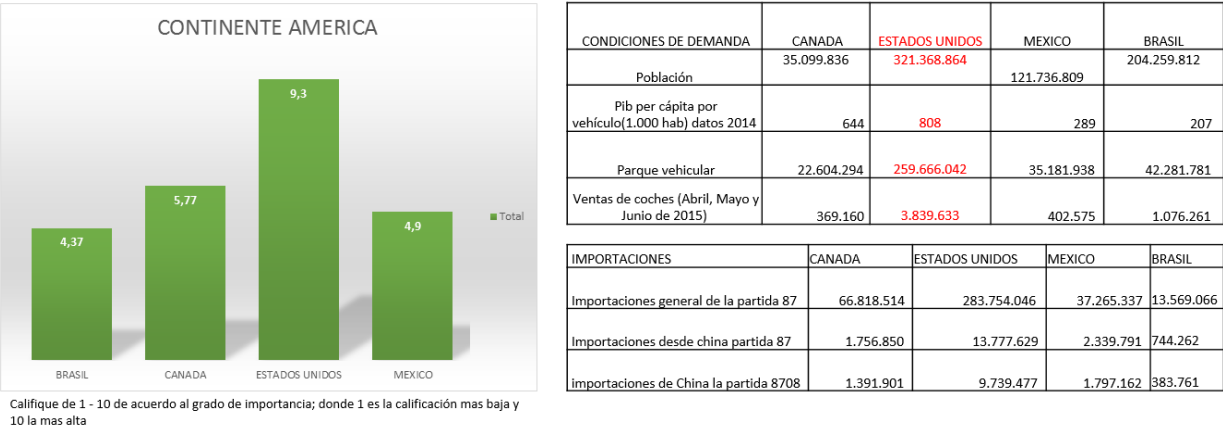


Figura 4. Resultados estudio de países potenciales en el sector automotriz del continente americano.

Basados en el estudio desarrollado, y teniendo en cuenta la afinidad de los países con respecto al mercado Chino, se definió iniciar una investigación de mercado tomando a México como país destino y Estados Unidos como mercado contingente.

La investigación de mercados a México, se desarrolla con el fin de conocer el mercado interno, identificar oportunidades y evaluar la aceptación de la marca. En dicho estudio, se tuvieron en cuenta aspectos económicos y demográficos, y se analizó información referente al sector, parque vehicular por ciudades, ventas de vehículos mensual, anual, por segmento, por fabricante, por marca, modelos de vehículos más vendidos, ciudades potenciales y demás indicadores relevantes que permitieran definir el enfoque de la marca en México.

Tabla 4. *Principales países proveedores de partes y accesorios automotrices para México.*

EXPORTADORES	2015
Estados Unidos de América	14.783.163
Japón	1.934.001
China	1.797.162
Alemania	1.071.802
Canadá	938.409

Nota: Esta tabla fue adaptada de www.trademap.org

Esta tarea se realizó, con el fin de conocer los principales socios en el mercado automotriz para México y la posición de KMX dentro de este.

Teniendo en cuenta que todos los productos son fabricados directamente en Ningbo y que China es el tercer socio comercial más importante para México en el mercado automotriz, los resultados reflejan una gran oportunidad y una mayor facilidad a la hora de ingresar al mercado con los productos KMX.

Actualmente, la empresa está llevando a cabo un plan estratégico para introducir los productos en Estados Unidos, específicamente la ciudad de San Francisco, California, mediante un proceso desarrollado de dos maneras.

En primer lugar, el practicante realiza una investigación de mercado para conocer las tendencias del sector, el parque automotor, las marcas y modelos de vehículos más comercializadas y así conocer si la marca tiene la capacidad de adaptarse a las exigencias del mercado. En segunda instancia, el equipo comercial y de mercadeo realiza un estudio de campo, enviando un

representante de la marca a dicho país, para explorar el mercado interno y analizar los canales de distribución, posibles competidores y finalmente ofertar los productos de KMX en el país destino. Contactar clientes de los diferentes mercados a fin de ofertar el portafolio de productos.

Del mismo modo, durante el estudio realizado a México, se establecieron estrategias de contacto y captación de clientes mediante una base de datos, en la cual se recopiló información de 47 empresas importadoras y distribuidoras mayoristas de autopartes. A partir de lo anterior se estableció una comunicación directa vía telefónica y correo electrónico con responsables de compras o importaciones, con el fin de dar a conocer el portafolio de productos, los valores agregados y atributos diferenciadores de la línea de suspensión y dirección.

Finalmente, de las 47 empresas contactadas de la base de datos, 10 de ellas mostraron interés en representar la marca en México.

Tabla 5. *Base de datos empresas distribuidoras de autopartes en Ciudad de México y Guadalajara.*

EMPRESAS CDMX – JALISCO	TELEFONO	CONTACTO
RADEC	01 (33) 3619 0505	David vallejo gerente de compras. Contacto directo: GUSTAVO CARRETEROS
Garanti Autoparts	52 (33)3838 7750 01 800 702 39 4	Sr. Oswaldo Venzor
Aldo Autopartes	(33) 3110-1500 Ext 232 compras	Contacto compras: FAUSTO RAMIREZ. Contacto línea amortiguadores y frenos: Sergio Arámbula

Tabla 5. (Continuación)

Refaccionaria arboleda	(0133) 3837 1280 Ext. 201	Compras: Sandra Rodríguez
Grupo Ciosa, S.A. de C.V.	(333) 7771500	Contacto: Gabriela Aguilar
Ocan Refacciones y Accesorios	55) 25950950	Contacto: Lic. Francisco Ortiz - Director General
Nikko Auto Parts	(55) 57161400 Ext 146 Fax: 57161410	Compras: Marcos Rosas
Sagaji	(55) 26527000	Contacto: Sr. Sabino García
	Ext 3 Compras	Víctor Conde Noé Olivares
		Jefes de Compras
Itelma Autopartes	(55) 53380370	Compras: Roberto Karam
Almacén Latinoamericano de Fabricas Automotores S.A. de C.V.	01 (55) 5999-1590	Ejecutivo: Hermann Borda Cerda
	Ext 115 compras	Contacto: Ismael Osorio

4.1.2 Coordinar actividades para la internacionalización de la marca.

En base a la investigación de mercado, se tomaron en cuenta variables del sector relevantes para la preparación de los nuevos catálogos. Se tomaron aspectos como el tipo de parque vehicular, las marcas y modelos más comercializadas en el país destino. De igual manera, a través del contacto directo con empresas mexicanas, se logró identificar que líneas de producto son las de mayor rotación en el país.

Como resultado, se estableció un nuevo catálogo de productos dirigidos especialmente al cliente mexicano, con el objetivo de cumplir puntualmente con las necesidades del mercado.

Asimismo, mediante el contacto y los seguimientos semanales a clientes potenciales, se organizó una agenda de visitas internacionales en el mes de Octubre de 2016, para visitar las empresas importadoras mexicanas que demostraron interés en adquirir el producto.

Como resultado, se lograron concretar 5 citas en Ciudad de México y 5 citas en la ciudad de Guadalajara.

AGENDA OCTUBRE						
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
17 CDMX - CITA ITELMA Hora: 9:00 a.m Dir: Av. Aztecas Mz, 60 Lt. 25 Col. Ajusco, Del. Coyoacán, México, D.F Status: <u>Confirmada</u> - CITA ALFA Hora: 4:00 p.m Dir: Margarita Maza de Juárez 191, Nueva Industrial Vallejo, Ciudad de México, D.F., México Status: <u>Confirmada</u>	18 GUADALAJARA - CITA GARANTI Hora: 9:00 a.m Dir: Río Ocotlán No 1551, Col. Atlas Guadalajara, Jal, México. Status: <u>Confirmada</u> - CITA FLEX CONTROL Hora: 4:00 p.m Dir: CALLE CEDRO 1218 - COLONIA DEL FRESNO GUADALAJARA / JALISCO. Status: <u>Confirmada</u>	19 GUADALAJARA - CITA ALDO AUTOPARTES Hora: 9:00 a.m Dir: CARRETERA LA VENTA-NEXTIPAC No. 3020 ZAPOPAN, JALISCO. Status: <u>Confirmada</u> -CITA CIOSA AUTOPARTES: Hora: 12:00 p.m Dir: Ciosa Autopartes, Paseo del Valle # 5131 Guadalajara Technology Park C.P 45010 Zapopan, Jalisco, México, Status: <u>Confirmada</u>	20 GUADALAJARA - CITA RADEC Hora: 9:00 a.m Dir: Av. 16 de Septiembre No. 866 Colonia Moderna, Guadalajara, Status: <u>Confirmada</u>	21 CDMX - CITA NIKKO AUTOPARTS Hora: 10:30 am Dir: Av. Javier Rojo Gómez No. 1350 Col. San Miguel Del. Iztapalapa Status: <u>Confirmada</u> - Cita Ocan: Hora: 4:00 pm Status: <u>Confirmada</u>	22 CDMX	23 CDMX
24 CDMX Cita SAGAJI Hora: 10:00 a.m Direccion: Calle Anahuac #120, Col. El Mirador Status: <u>Confirmada</u>	25 CDMX	26 CDMX				

Figura 5. Agenda de visitas a México.

La realización de visitas arrojó resultados positivos. Se logró conocer las solicitudes de cada cliente. Se obtuvieron cotizaciones de algunas referencias y se descubrieron oportunidades de ingresar con algunas líneas del portafolio de productos.

4.1.3 Enviar cotizaciones a clientes y hacer el respectivo seguimiento.

El proceso dentro de KMX, se realiza mediante un acompañamiento comercial. El cliente, según su necesidad solicita una cotización de las referencias que más roten en su mercado, junto con las cantidades y precios. Una vez recibida, se envía la solicitud a la fábrica en China para conocer el costo de producción y si las cantidades se ajustan a las sugeridas por la fábrica. Este proceso toma un tiempo dentro de 8 a 10 días. En cuanto la fábrica envía una respuesta, se determina el incremento según el perfil del cliente y se asigna el precio de venta, dando respuesta al requerimiento. Cada cotización, debe especificar el término de negociación que se maneja que en este caso es FOB, tiempo de entrega de la mercancía hasta puerto de origen, marca del embarcador, puerto destino, puerto de entrega, términos de pago, entre otros.



KMX INTERNATIONAL CORP
 8181 NW 36 STREET 33166, DORAL FL, MIAMI, USA
 TEL:305-909-9853 E-MAIL. kmxinternational@kmxsteel.com



QUOTATION

REF. OEM	DESCRIPTION	TRADEMARK	QYT	FOB PRICE	AMOUNT
7170-D265	PASTILLA FRENO DEL.NIS.720/D21/PICK UP 83/88	KMX	60	3,71	222,60
7298-MD436	PASTILLA FRENO DEL.TOY.PRADO/4RUNNER/HILUX/4WD 89/	KMX	59	4,17	246,03
7742-MD867	PASTILLA FRENO DEL.MIT.MONTERO 01/04	KMX	40	4,00	160,00
7742-MD867	PASTILLA FRENO DEL.MIT.MONTERO 01/04	KMX	10	4,00	40,00
7706-MD833	PASTILLA FRENO DEL.FORD EXPLORER 01/05	KMX	60	4,31	258,60
7766-D888	PASTILLA FRENO NIS.MURANO Z50/PATHFINDER R51 05	KMX	60	4,53	271,80
7947-MD1044	PASTILLA FRENO DEL.MAZDA 3 1.6/2.0 05/	KMX	60	4,41	264,60
7877-MD976	PASTILLA FRENO DEL.PRADO/4RUNNER/FORT/LEXUS/DMAX	KMX	50	4,57	228,50

1. PRICE TERM: FOB NINGBO IN USD
2. DELIVERY TIME: **60 DAYS IN PORT OF NINGBO**
3. SHIPPING MARK: KMX INTERNATIONAL CORP
4. CONSIGNEE:
5. NOTIFY PARTY:
6. PORT OF DESTINATION:
7. PORT OF DELIVERY:
8. TERM OF PAYMENT: T/T (30% PAY as deposite and the balance should be paid again the B/L)
9. BENEFICIARY: KMX INTERNATIONAL CORP

SHIPPING MARKS:
KMX

KMX INTERNATIONAL CORP

Figura 6. Documento cotizaciones KMX International.

4.1.4 Coordinar los envíos de muestras para los clientes internacionales.

La mayoría de los nuevos clientes prefieren primero probar el producto antes de realizar el primer pedido. En esos casos, se envían muestras de producto para el cliente que así lo solicite.

Para realizar el envío de las muestras, estas deben ir acompañas de una factura comercial (Apéndice A) la cual detalla la referencia, descripción del producto, cantidades y precio. Además de los datos adicionales que exige la empresa transportadora, como el contenido de la muestra, el peso, medidas de la caja y valor declarado.

4.1.5 Apoyo en organización de ferias internacionales.

En el mes de Noviembre, KMX International decide participar como expositor por primera vez en la feria "Automechanika Shanghai", evento importante de la industria automotriz en China. Esto surgió, con el objetivo de promocionar la línea de suspensión y dirección y ponerse en contacto con nuevos contactos internacionales. De la mano con el equipo de mercadeo se llevó a cabo el diseño de logos y la ubicación de los productos en el stand. También se establecieron las muestras específicas para llevar, catálogos de productos y material publicitario destinado a la promoción de la marca.

4.1.6 En coordinación con el área de mercadeo, desarrollar piezas publicitarias para contactar clientes y captar la atención.

Finalizando el año 2016, se descubrieron falencias con respecto a la poca comunicación que se realizaba entre la empresa y los clientes. Es por esto que junto con el departamento de mercadeo, se organizó un plan estratégico, para de ofrecer un mejor servicio y mantener un contacto más cercano con el cliente.

Para cumplir con este propósito, se estableció un cronograma de seguimiento mensual, en el cual la empresa mantendrá informado a sus clientes vía telefónica y por medio de correos electrónicos acerca de temas referentes a calidad, nuevos desarrollos de producto, stock disponible en bodega, status de producción y envío de tarjetas de cumpleaños para cada cliente específico. De igual manera se planteó la necesidad de realizar visitas anuales a los diferentes países donde la marca tiene presencia, con el fin de conocer las fortalezas y debilidades y plantear metas para mejorar los procesos de comercio exterior.

	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO			
Actividades	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Envio Brochure - Catalogo de productos																				
Envio Nuevos Desarrollos																				
Información de stock, status de producción, llamada																				
Notas técnicas KMX																				
Pieza grafica Mercadeo																				
Calendarios comerciales: Fechas importantes en cada país																				
Tarjetas de cumpleaños para clientes y empresas																				

Figura 7. Cronograma de seguimiento a clientes KMX.

5. Marco conceptual y normativo

La empresa Autopartes Castelmotors, obtuvo la certificación ISO 9001:2000 en el año 2007, en sus procesos de comercialización de autopartes, demostrado así el cumplimiento de los requisitos que la norma establece para los productos ofrecidos cumplan los requerimientos y sean realizados mediante procesos confiables y de calidad

De igual manera, los conceptos manejados en el transcurso de la práctica, se tomaron del Artículo 1 del Decreto 2685 de 1999 sobre la legislación aduanera, modificado por el Artículo 1 del Decreto 2628 de 2001 y adiciones del Artículo 1 Decreto 2101 de 2008.

El régimen aduanero de Autopartes Castelmotors son las importaciones, entendiéndose como importación según el Decreto 2685 es la introducción de mercancías de procedencia extranjera al territorio aduanero nacional. También se considera importación la introducción de mercancías procedentes de Zona Franca Industrial de Bienes y de Servicios, al resto del territorio aduanero nacional en los términos previstos en este Decreto.

6. Aportes

Durante los seis meses de prácticas el aporte entre la empresa y el estudiante debe ser recíproco para que la finalización de la misma de un resultado óptimo. Por mi parte, el compromiso y

dedicación para cumplir las funciones siempre fue el mejor. Durante el tiempo de la práctica se logra ver una visión sobre cómo funcionan los negocios internacionales, tener la oportunidad de trabajar de la mano con otros profesionales con mayor experiencia y que pueden aportar positivamente para el crecimiento del estudiante.

La empresa desde el primer día fue un campo de aprendizaje que me brindó apoyo y confianza para llevar a cabo la responsabilidad que se me fue entregada, Además de esto, los seminarios y capacitaciones realizadas fueron de gran aporte para la adquisición de nuevo conocimiento aplicado a las actividades específicas de la empresa.

7. Conclusiones y sugerencias

7.1 Conclusiones.

El trabajo es una actividad económica, el cual brinda salud, alimento y protección a cualquier individuo, y que a pesar que un porcentaje medianamente alto lo ejerce, son pocos los que pueden ser remunerados de una forma justa para cubrir sus necesidades. Es por ende que las prácticas profesionales es una puerta para el estudiante de cualquier carrera, que permite visualizar el camino laboral al cual se enfrentara en un futuro. De conocer sus puntos fuertes y débiles y también ser más autónomo en la toma de decisiones para la resolución efectiva de problemas que se presenten en el aspecto labor. Así como darse cuenta, que la experiencia es lo que le ofrecerá expandir sus conocimientos no solo en su carrera, sino como una persona que puede avanzar en un medio profesional.

7.2 Sugerencias

Las recomendaciones o sugerencias que entregaría a KMX International, es iniciar a sistematizar más los procesos, aunque es una empresa que está en crecimiento, los procesos comerciales se realizan de forma manual y esto genera demoras, además que el margen de error es más alto.

Por otra parte sugeriría establecer una persona en China que pueda agilizar las gestiones y supervisar todos los procesos, pues es usual que la comunicación no siempre sea clara y efectiva y esto genera fallas en toda la operación.

Referencias

DAATER, Colombia (25 de Enero de 2017) Base de datos disponible en www.dataexim.com

LEGISCOMEX, Colombia (25 de Enero de 2017) Base de datos disponible en www.legiscomex.com

Ministerio de fomento. (Mayo de 2005). Sistema de Gestión de la Calidad según ISO 9001:2000.

[PDF file]. España. Recuperado de <https://www.fomento.gob.es/NR/rdonlyres/23C12F31-2179-47C0-AA6B-9165529B74DA/112631/ISO90012000.pdf>

Apéndices

Apéndice A. Factura Comercial.

		KMX INTERNATIONAL, CORP 8181 NW 36 STREET 33166, DORAL FL, MIAMI, USA TEL:305-909-9853 E-MAIL. kmxinternational@kmxteel.com				
		COMMERCIAL INVOICE				
INVOICE NO.: KMX0024 DATE: OCT 14, 2016 TO: NOE OLIVARES TEL: +57-7-6520475 / 3176434936 ADD: Calle Anahuac #120, Col. El Mirador CIUDAD DE MEXICO - MEXICO						
REFERENCE	DESCRIPTION	TRADEMARK	QTY	UNIT	UNIT PRICE	AMOUNT
FCA BUCARAMANGA IN USD						
40160-ED00A	ROTULA INF DER/IZQ TIIDA 2004.	KMX	1	SET	2,05	2,05
56540-07000	TERMINAL AXIAL HYUND I-10 KIA	KMX	1	SET	2,29	2,29
96626248	BIELETA ESTABILIZADORA DEL DER	KMX	1	SET	3,02	3,02
7389-D510	PASTILLA FRENO DEL SENTRA 1.6	KMX	1	SET	4,00	4,00
CV11-782	PUNTA L/R FORD ECO SPORT 4X2 2	KMX	1	SET	8,05	8,05
KNI-028	PUNTA L/R NISSAN SENTRA /92MEX	KMX	1	SET	8,05	8,05
96535041	BOCIN RUEDA DEL AVEO / OPTRA 1	KMX	1	SET	5,00	5,00
48520-50Y25	TERMINAL CORTO NISSAN SENTRA B	KMX	1	SET	2,05	2,05
56820-07000	TERMINAL CORTO HYUND I-10 - KI	KMX	1	SET	2,05	2,05
8385-D1269	PASTILLA FRENO AVEO EMOTION 08	KMX	1	SET	4,00	4,00
D265-7170	PASTILLA FRENO DEL NISSAN URBA	KMX	1	SET	4,00	4,00
41700-65C00	AMORTIGUADOR TRAS SUPER CARRY/	KMX	1	SET	6,06	6,06
SR09-5741	CAJA DIRECCION NISSAN TIIDA (A	KMX	1	SET	10,00	10,00
			13			60,62
SHIPPING MARKS: KMX C/NO						
KMX INTERNATIONAL CORP.						