

Plan de Mejora Práctica Profesional

Propuesta en Mejoras de Búsqueda de Proveedores en LATINASIALINK

José Nicolás Morales Bello

Universidad Santo Tomás
Facultad de Negocios Internacionales
Proyecto de Grado
Bogotá D.C
2022

Propuesta en Mejoras de Búsqueda de Proveedores en
LATINASIALINK

Plan de mejora Práctica Profesional para Obtener el Título de
Profesional en Negocios Internacionales

José Nicolás Morales Bello

Tutor

Fabio Alejandro Bastidas Mahecha

Universidad Santo Tomás
Facultad de Negocios Internacionales
Proyecto de Grado
Bogotá D.C
2022

Resumen

En el presente trabajo se detalla aspectos generales de la compañía como también hallará las funciones empleadas en el área de atención al cliente como consultor de Comercio Exterior.

Se presenta un plan de mejora en el área de bases de datos, mediante el conocimiento y manejo del software "LegisComex" brindado por la Universidad Santo Tomás.

Abstract

This paper details general aspects of the company as well as the functions used in the area of customer service as a foreign trade consultant.

An improvement plan is presented in the area of databases, through the knowledge and management of the software "LegisComex" provided by the University of Santo Tomas.

Agradecimientos

En primer lugar, doy gracias a mi familia y a Dios por permitirme la oportunidad de acceder a una Universidad privada para mejorar como persona y como futuro profesional en el mercado laboral.

En segunda instancia agradecer a mi tutor Fabio Bastidas quien con su experiencia y conocimiento me apoyo por cada una de las etapas de este proyecto para alcanzar los resultados que buscaba.

Por último y no menos importante a la Universidad Santo Tomás y profesores por apoyarme a lo largo de toda mi vida como estudiante de la facultad de Negocios Internacionales.

Muchas gracias a todos.

1	Contenido	
2	LA EMPRESA.....	5
2.1	Aspectos Generales.....	5
2.2	Misión, Visión y Valores	5
2.3	Ubicación Geográfica.....	5
2.4	Estructura Organizativa.....	6
2.5	Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.....	6
2.6	Análisis DOFA.....	6
2.6.1	Fortalezas.....	7
2.6.2	Oportunidades	7
2.6.3	Debilidades.....	8
2.6.4	Amenazas.....	8
3	PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES.....	9
3.1	Planteamiento central del informe de prácticas profesionales	9
3.2	Importancia, limitaciones y alcances prácticas profesionales	9
3.3	Objetivo general	9
3.3.1	Objetivos específicos.....	9
4	CONTENIDO PLAN DE MEJORA.....	10
4.1	Propuesta de mejora.....	10
4.2	Conclusiones.....	10
5	Referencias	10
6	SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL	11
6.1	Programación de actividades realizadas en la organización.....	11
6.2	Cumplimiento de objetivos trazados por mes.....	11
6.2.1	Ciclo 1.....	11
6.2.2	Ciclo 2.....	12
6.2.3	Ciclo 3.....	12
6.2.4	Ciclo 4.....	12

2 LA EMPRESA

2.1 Aspectos Generales

Latin Asia Link, es una empresa mexicana, se especializa en comercio exterior con Asia, Europa y Sudamérica, ofrecen servicios y soluciones para importaciones y exportaciones, tales como desarrollo de proveedores y/o clientes confiables, inspecciones y auditorías a fábricas, seguimiento a pedidos, comercialización de productos, logística, servicios aduanales y legales, con el fin de dar seguimientos y confianza a las operaciones de sus clientes.

2.2 Misión, Visión y Valores

Como misión en Latin Asia link, *“creemos firmemente que el trabajo es lo que nos motiva a seguir adelante para ofrecer lo mejor de nosotros, pues estamos seguros de que el éxito duradero sólo se logra con entrega total, pasión por el trabajo y dedicación a nuestros clientes, entendiendo sus necesidades y ofreciéndoles soluciones que creen valor para sus empresas, con nuestro mejor recurso, que es el capital humano”* (Vargas, 2012)

Como visión *“Ser la primera empresa de comercio exterior entre Latinoamérica y el mundo, logrando la fidelidad y confianza de nuestros clientes, siendo su brazo derecho en sus proyectos de comercio exterior y que nos vean como su “única parada en comercio exterior”* (Vargas, 2012)

Valores e Interés *“Nuestro interés principal es conseguir un mejor desempeño de las organizaciones, haciéndolas más eficientes, competitivas y rentables. Somos un grupo de profesionales que desarrollamos creativas propuestas y estrategias encaminadas al desarrollo de su empresa. Contamos con las herramientas más adecuadas para desarrollar Proyectos de Asesoría y Negocios, así como la Implantación de Sistemas funcionales adecuados a las necesidades requeridas por su empresa”.* (Vargas, 2012)

2.3 Ubicación Geográfica

Su oficina matriz está en Guadalajara, México y también tienen una representación comercial en la ciudad de Mérida. En Asia, a través de su socio comercial, tiene oficinas en la ciudad de Hangzhou, China, y a través de sus alianzas comerciales tienen presencia en Europa y Sudamérica.

2.4 Estructura Organizativa

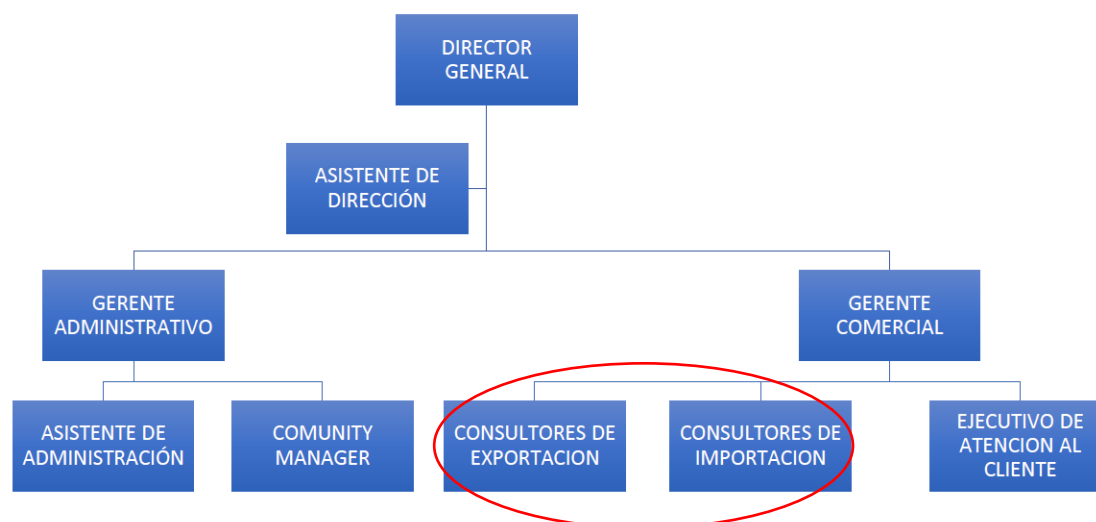


imagen tomada de: "Manual Latin Asia Link". (Vargas, 2012)

2.5 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica

Departamento de Consultores de Comercio Exterior

2.6 Análisis DOFA

La mejor manera de tener una idea del sector en donde compite la empresa es a través de un análisis de fortalezas y debilidades, mejor conocido como DOFA, que se presenta a continuación.

2.6.1 Fortalezas

FORTALEZAS
• Representaciones comerciales en Asia, Latinoamérica y Europa. • Más de 12 años en el mercado. • Base de datos extensa de prospectos y clientes. • Experiencia técnica demostrada, El equipo de trabajo está formado por profesionistas multinacionales expertos en mercadotecnia, logística y comercio exterior. • Salud Financiera • Disposición al cambio • Conocimiento del idioma y cultura en los diferentes países donde operamos. • Propuesta integral de trabajo "all in one"

2.6.2 Oportunidades

OPORTUNIDADES
• Nuevos modelos de venta • Factores y acuerdos macro (Conflicto EEUU-China, TMEC, Incremento de valor percibido del producto mexicano en Europa) • El deseo de exportar de las empresas, Productos mexicanos y latinoamericanos que pueden exportarse • El creciente interés por China en los países Latinoamericanos y viceversa, en el ambiente de negocios • Educación a los empresarios para mercados internacionales • Profesionalizar modelo de ventas e implementación de CRM

2.6.3 Debilidades

DEBILIDADES
• Capital limitado para inversión en publicidad y proyectos. • Modelo organizacional Frágil • Estrategia indefinida y sin base financiera • Bajo Nivel estratégico de Negocio

2.6.4 Amenazas

AMENAZAS
• Mercado de importación y exportación altamente competido • Impacto COVID en los negocios (2020) • Improvisación en las labores del comercio exterior. • Competencia “desleal”, Comercializadoras o empresas de logística que dicen tener servicios de origen, cuando en realidad no los prestan. • Variaciones en tipos de cambio u factores macroeconómicos

Imágenes tomas de “Manual Latin Asia Link”. (Vargas, 2012)

3 PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

3.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales

Partiendo de mi experiencia personal obtenida con la empresa LATINASIALINK, me di cuenta de la falta de información con respecto de la búsqueda de clientes, que en este caso se basaba en la investigación de posibles prospectos para Colombia.

Esto se debía a la falta de contactos que no tenían en la base de datos, y también por que el fuerte principal de la empresa y su experiencia en el campo se centraba a su país y el de su aliado en China

3.2 Importancia, limitaciones y alcances prácticas profesionales

Como importancia, existen en el mercado empresas con la misma o incluso más experiencia que cuentan con bases de datos mas robustas, no solo de su país si no que también de países extranjeros

Como limitación la falta de información y actualización acerca de contactos y proveedores en países extranjeros

El alcancé de esto permitirá a la empresa tener una participación más competitiva en el mercado extranjero

3.3 Objetivo general

Establecer un plan de mejora con el uso de la herramienta “LegisComex” el cual permita el acceso a información mas concreta y certera para mercados extranjeros.

3.3.1 Objetivos específicos

1. Identificar la falta de información en las bases de datos de empresas extranjeras
2. Establecer grupos de investigación de personas extranjeras procedentes del mismo país para obtener mas puntos de vista y mejor panorama
3. Utilizar las herramientas y/o software de investigación adecuados

4 CONTENIDO PLAN DE MEJORA

4.1 Propuesta de mejora

Al llevar a cabo el proceso de investigación de búsqueda de prospectos por redes sociales, se observaba que estas se hacían de manera “rustica” no empleaban ningún tipo de software con filtros que les facilitará la búsqueda de prospectos según el criterio de estudio, solo se hacía uso de un Excel individual por consultor y una vez detectados los posibles prospectos potenciales se compartían en un programa llamado “Monday” esto era solo para el control de actividades diario de los consultores de la empresa.

4.2 Conclusiones

Se estableció un plan de mejora a través del software “LegisComex” el cual permite seccionar por criterio el tipo de empresa la cual se quiere abordar y por consiguiente ofrecer servicios de apoyo en alguna de sus operaciones o bien para crear alianzas estratégicas, no solo con empresas de su país de conocimiento, sino que también con empresas extranjeras.

5 Referencias

Vargas, J. (2012). Manual Latin Asia Link. México.

6 SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL

6.1 Programación de actividades realizadas en la organización

El área de consultores de Comercio Exterior de la empresa LATINASIALINK lugar en donde desempeñe mi ejercicio de prácticas profesionales, no presenta como tal una programación de actividades a seguir que no fuera la de retroalimentación de actividades hechas individualmente por cada uno de los consultores los días Lunes de cada semana, mi plan de acción por semana lo hacía mediante el uso de la herramienta “LegisComex” de la cual obtenía información de empresas que Exportaran o Importaran y procedía a enviarles correos para apoyar con algún proceso de logística o para generar posibles alianzas estratégicas.

Por otro lado, apoyé un proyecto de búsqueda de proveedores de níquel y residuos de resinas para Colombia y a los cuales les envié un LOI (Carta de Intención) en el cual se especifican todas las características del producto.

Y finalmente apoyaba a la empresa con campañas de publicidad (envíos masivos de correos) por WhatsApp de seminarios.

6.2 Cumplimiento de objetivos trazados por mes

6.2.1 Ciclo 1

(Noviembre – Diciembre)

- Consulta de requisitos para exportación de café orgánico
- Realice un zoom con el apoyo del gerente general para hacer un asesoramiento a una persona interesada en la exportación de café orgánico
- Consulta de requisitos para liberación de impresoras 3D en aduanas de México
- Contacto persona interesada en crear alianza en el Puerto Altamira Tamaulipas

6.2.2 Ciclo 2

(Enero – Febrero)

- Realice envíos de información de seminarios a prospectos del gerente
- Apoyo con envíos masivos de campañas para seminarios presenciales en México
- Realice un informe con información detallada de empresas importadoras y exportadoras de Colombia, Perú y México con la ayuda del software LegisComex.

6.2.3 Ciclo 3

(Marzo)

- Solicitud de información con la Cámara de Comercio de Cartagena para la empresa GASCOD HOLDING, con el fin de averiguar la fiabilidad de dicha empresa, para hacer negociaciones comerciales.
- Realice un informe detallado sobre las tarifas que ofrecía la Cámara de Comercio colombiana para tener una base de datos más certera con información específica de productos.

6.2.4 Ciclo 4

(Abril)

- Apoye con la prospección de empresas del sector minero y petroquímico en Colombia con la ayuda de la herramienta LegisComex
- Realice un asesoramiento vía WhatsApp con el gerente para apoyar un proyecto de importación de estuches para celulares desde China