

Automatización procesos comerciales en Repremundo S A S

Daisy Andrea Forero Céspedes

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Negocios Internacionales
Bogotá, D.C.
2020

Automatización procesos comerciales en Repremundo S A S

Daisy Andrea Forero Céspedes

Director

Diana Marcela Díaz Ariza

Trabajo de grado para optar al título Profesional en Negocios Internacionales

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2020

Resumen

Grupo Repremundo es una familia de empresas que se dedican a actividades de comercio exterior fundada en 1980 por Alberto Serrano Rueda, quien actualmente es el presidente y representante legal principal. Empresa constituida hace 40 años y reconocida actualmente en Colombia entre las empresas y personas del sector por su excelente trabajo y experiencia adquirida a lo largo de los años.

Es caracterizada por tener procesos engranados y completos entre sí, entre estos una de las áreas de suma importancia que es la comercial, la cual tiene contacto directo con el cliente y le permite a la empresa seguir expandiéndose como lo ha venido haciendo todos estos años. En el momento de realizar un diagnóstico de las funciones que componen esta área, se evidenció un obstáculo el cual interfiere en los tiempos de respuesta directamente con el cliente ya que se realizan manualmente, los procedimientos que destacan por esto son las tarifas, cotizaciones y divulgados.

El objetivo de este proyecto es brindar solución eficaz y eficiente a los problemas encontrados en el diagnóstico al área, proponiendo a la empresa la automatización por medio de la implementación de un módulo en la plataforma GRM, la cual es de pertenencia propia. Con esto se busca reducir los tiempos de respuesta, el aumento de los estándares internos y el alcance de la información de forma ágil para los procesos que se requiera

Palabras claves: Agencia de aduanas, procesos comerciales, sistemas logísticos, automatización.

Abstract

Grupo Repremundo is a family of companies dedicated to foreign trade activities founded in 1980 by Alberto Serrano Rueda, who is currently the president and principal legal representative.

Company constituted 40 years ago where it is currently recognized in Colombia among the companies and people of the sector for its excellent work and experience that it has acquired over the years.

It is characterized by having processes geared and complete with each other, among these one of the most important areas is the commercial one, which has direct contact with the customer and allows the company to continue expanding as it has been doing all these years. At the moment of making a diagnosis of the functions that compose this area is evidenced an obstacle that interferes in the response times directly with the customer since they are performed manually, the procedures that stand out for this are the rates, quotes and disclosed.

The objective of this project is to provide effective and efficient solution to the problems encountered in diagnosing the area, proposing to the company the automation through the implementation of a module in the GRM platform, which is of its own ownership. With this we aim to reduce response times, increase internal standards and the scope of information in an agile way for the required processes.

Keywords: Customs agency, commercial processes, logistics systems, automation.

Tabla de contenido

Marco contextual.....	7
Historia.....	7
Ubicación de la empresa.....	9
Plan estratégico.....	12
Organigrama área comercial.....	14
Productos o servicios.....	15
Clientes y usuarios.....	16
Caracterización puesta de trabajo.....	17
Diagrama de procesos.....	18
Análisis del sector.....	19
Análisis de la información.....	20
Árbol de problemas.....	21
Ingeniería del proyecto.....	22
Objetivo general.....	23
Objetivos específicos.....	23
Justificación.....	23
Marco conceptual.....	25
Análisis actual de los procedimientos del área comercial.....	26
Tarifas.....	26
Cotizaciones.....	28
Divulgados.....	29
Propuesta de automatización de procesos.....	30
Tarifas.....	30
Cotizaciones.....	31
Divulgados.....	33
Desarrollo de la propuesta de automatización.....	34
Beneficio para la empresa.....	35
Propuesta producto final.....	37
Conclusiones.....	38
Referencias.....	39

Lista de abreviaturas

LTDA.....	Limitada
BASC.....	Business Alliance For Secure Commerce
ICONTEC.....	Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación
OTM.....	Operador de Transporte Multimodal
DIAN.....	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales
WMS.....	Sistema de Gestión de Almacenes
SAS.....	Sociedad por Acciones Simplificada
UAP.....	Usuario aduanero permanente
Plataforma.....	GRM Plataforma Grupo Repremundo
RUT.....	Registro Único Tributario

Marco contextual

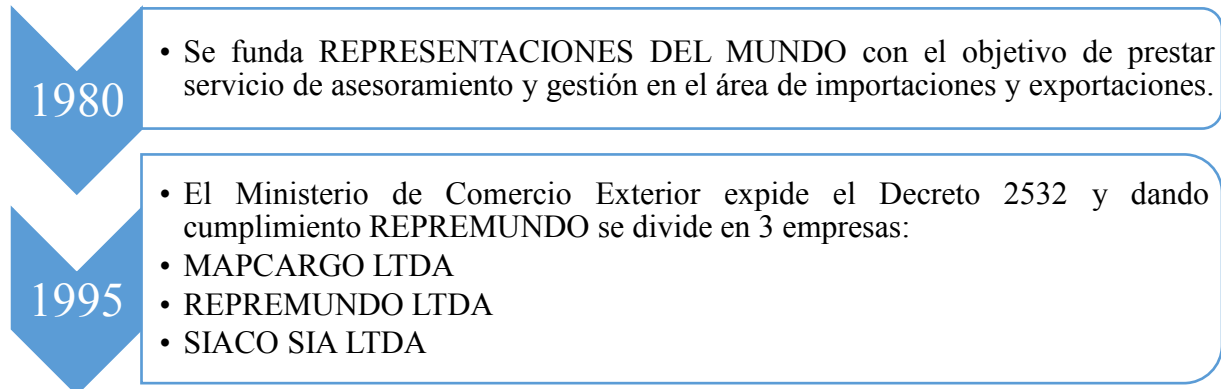
Historia

La empresa grupo Repremundo se compone de una familia de empresas fundada en 1980 por Alberto Serrano Rueda, quien actualmente es el presidente y representante legal principal, este cargo distribuido con sus hijos quienes lideran las distintas empresas del grupo. (Comercial, 2020)

Repremundo está constituida hace 40 años; aniversario celebrado en el mes de febrero 2020, evidenciando con esto un largo trayecto y reconocimiento entre las empresas y personas del sector, también como la experiencia que ha adquirido durante los años. Hoy en día es reconocida y está consolidada como una de las mejores empresas que ofrece servicios de comercio exterior en Colombia. (Legiscomex, 2020)

Se caracteriza por tener procesos engranados y completos entre sí, lo cual le permite tener un proceso logístico y de trabajo complementario para facilitar las labores de los funcionarios, esto se compone de diferentes ramas de la empresa como talento humano calificado para las funciones establecidas, infraestructura creada para el propósito y tecnología eficaz y eficiente.

A continuación, se plasma la historia del grupo empresarial cronológicamente:



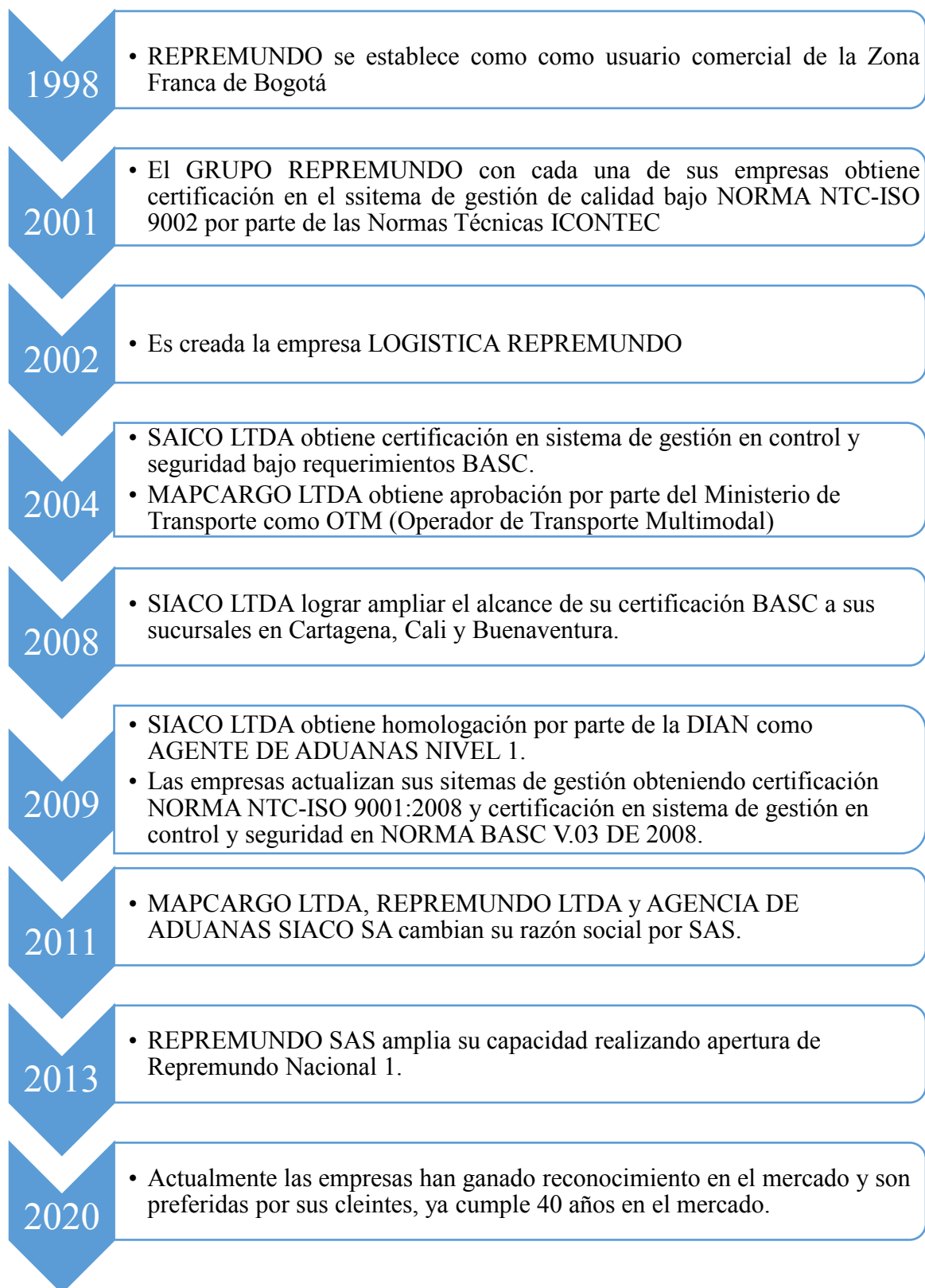


Figura 1. Línea del tiempo. Autoría propia

Repremundo brinda servicio de agenciamiento aduanero, almacenamiento, transporte terrestre de mercancías, transporte internacional, comercializadora y consultoría.

Al ser una organización familiar cuenta con 4 empresas principalmente para el desarrollo de los servicios:

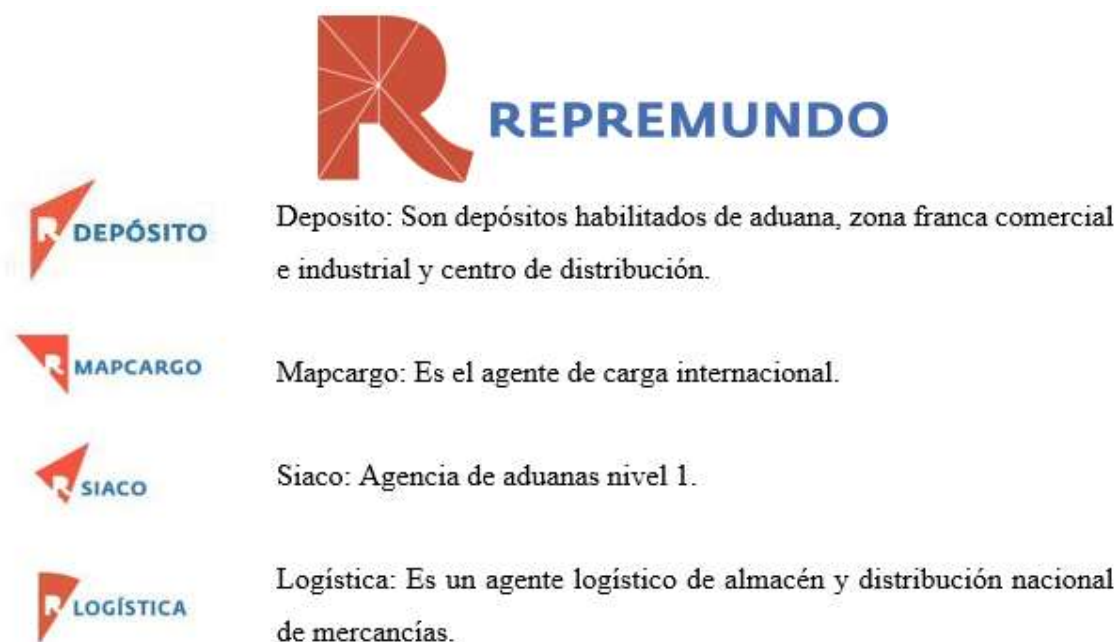


Figura 2. Grupo empresarial Repremundo. Autoría propia.

Ubicación de la empresa

La sede principal se encuentra en la ciudad de Bogotá en la dirección Avenida Carrera 97 # 24c – 80 en Fontibón, barrio San José. Con el transcurso en el mercado y al ganar postura frente a la competencia, Repremundo ha logrado posicionarse como referente en sus actividades económicas y ha logrado expandirse tanto a nivel nacional como internacional.

Actualmente a nivel nacional la empresa cuenta con 422 colaboradores distribuidos en seis sucursales y seis agentes aduanales, ubicados estratégicamente para alcanzar el nicho de mercado deseado de acuerdo a los servicios ofertados, esto como se puede evidenciar en la figura 2.

COBERTURA NACIONAL



Figura 3. Cobertura nacional. Comercial (2020)

También ha adquirido reconocimiento a nivel mundial, donde principalmente se puede localizar en centro y sur américa. Se cuenta con presencia directa en cinco países, pero logra alcance a toda américa por las alianzas estratégicas que tiene con empresas por todo el territorio. (Comercial Á. , Sedes Repremundo , 2020)

COBERTURA REPREMUNDO



Figura 4. Cobertura América. Comercial (2020)

Repremundo SAS con el transcurrir de los años ha expandido sus alcances negociación gracias a las empresas con las cuales ha obtenido contratación para llegar a los lugares donde no tiene establecida sucursal física. Al tercerizar los procesos en zonas donde no se encuentra le facilita el captar la mayor cantidad de clientes; satisfaciendo la necesidad con excelente calidad de servicio,

garantizando efectividad en la cadena de valor desde punto de origen hasta su destino. Como se representa en la figura 4, se plasma la cobertura global donde Repremundo opera con sus aliados.

COBERTURA GLOBAL



Figura 5. Cobertura global. Comercial (2020)

Plan estratégico

La empresa Repremundo al momento de acatar el decreto y convertirse en un grupo empresarial tiene la división con respecto a las diferentes actividades económicas con las que opera. Al ser así frente al proyecto que se está desarrollando se decide tomar como referencia a Agencia de Aduanas Siaco SAS Nivel 1 y Representaciones del Mundo SAS Repremundo ya que estas dos están directamente relacionadas con la carrera que se está cursando y que aportan a la práctica que se desarrolla en el tiempo establecido.

Tabla 1

Plan estratégico

Agencia de Aduanas Siaco SAS Nivel 1	Representaciones del Mundo SAS Repremundo
Misión	
<p>Nos dedicamos a la planeación y ejecución de operaciones de comercio exterior en el marco de la actividad de agenciamiento aduanero, con un compromiso logístico integral. Soportados en una infraestructura tecnológica líder del sector, de fácil adaptación a las necesidades de nuestros clientes, en talento humano, calificado, seguridad técnica y jurídica y una asesoría integral; garantizamos a nuestros usuarios operaciones seguras, ágiles y eficientes en el marco de las normas vigentes del comercio mundial, contribuyendo al crecimiento de nuestro sector y país.</p> <p>Noviembre 2013</p>	<p>Contribuimos al crecimiento y fortalecimiento de la cadena logística del comercio exterior mediante la presentación de servicios de almacenamiento, custodia y salvaguardia de mercancías en proceso de nacionalización, bodegaje nacional, manejo y control de inventarios, coordinación logística de operaciones y asesoría especializada en comercio exterior.</p> <p>A partir de los principios orientados de la Gestión Aduanera con base en la normatividad que la rige, contamos con una infraestructura adecuada, talento humano idóneo calificado, seguridad técnica y jurídica, capital 100% colombiano, solidez financiera, responsabilidad social empresarial siendo parte del conglomerado de empresas del Grupo Económico</p>

	<p>Repremundo, aportando al crecimiento de nuestro sector y País.</p> <p>Septiembre 2013</p>
Visión	
<p>Ser el mejor aliado en la cadena logística del comercio exterior, lo que significa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Contar con el mejor talento humano 2. Velar por la felicidad del talento humano promoviendo un ambiente de trabajo favorable para el desarrollo de sus actividades. 3. Ser líderes en tecnología y sistemas de información. 4. Gestionar procesos eficientes y operaciones de comercio exterior exitosas, eficientes y seguras. 5. Superar las expectativas de servicio al cliente. <p>Abril 2018</p>	<p>Seremos una empresa líder en la prestación de servicios de almacenamiento, con una infraestructura adecuada para mercancías especializadas, posicionados a nivel nacional y utilizando tecnología WMS.</p> <p>De esta manera, contribuiremos al crecimiento y fortalecimiento de la Empresa, nuestros colaboradores y la cadena logística del comercio internacional del País.</p> <p>Septiembre 2013</p>
Valores corporativos	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Actitud de servicio 2. Responsabilidad 3. Transparencia 4. Respeto 	

Nota. Tabla construida a partir de los aportes de la inducción (2020).

Las empresas mencionadas pertenecen a las siguientes actividades económicas:

- Repremundo: Código 5210, Almacenamiento y depósito
- Siaco: Código 5229, Otras actividades complementarias al transporte: planeación y ejecución de actividades de comercio exterior. (CCB, 2014)

La empresa pertenece a Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), las cuales están regidas por la Ley 1258 de 2008. Esta sociedad se constituye por varias personas naturales quienes tienen responsabilidad de acuerdo al monto de sus aportes, el mercado objetivo son todas las personas jurídicas que se dediquen a realizar actividades de comercio exterior, como personas naturales que requieran el servicio de almacén y depósito.

Organigrama área comercial

El área comercial está conformada por 13 personas como se expone en el siguiente organigrama, las cuales trabajan en conjunto y quienes tienen como objetivo dar a conocer los servicios que ofrece la empresa, realizar alianzas estratégicas y efectuar contratos a mediano y largo plazo con clientes potenciales, esto con el objetivo de llevar a cabo las funciones asignadas por los altos directivos.

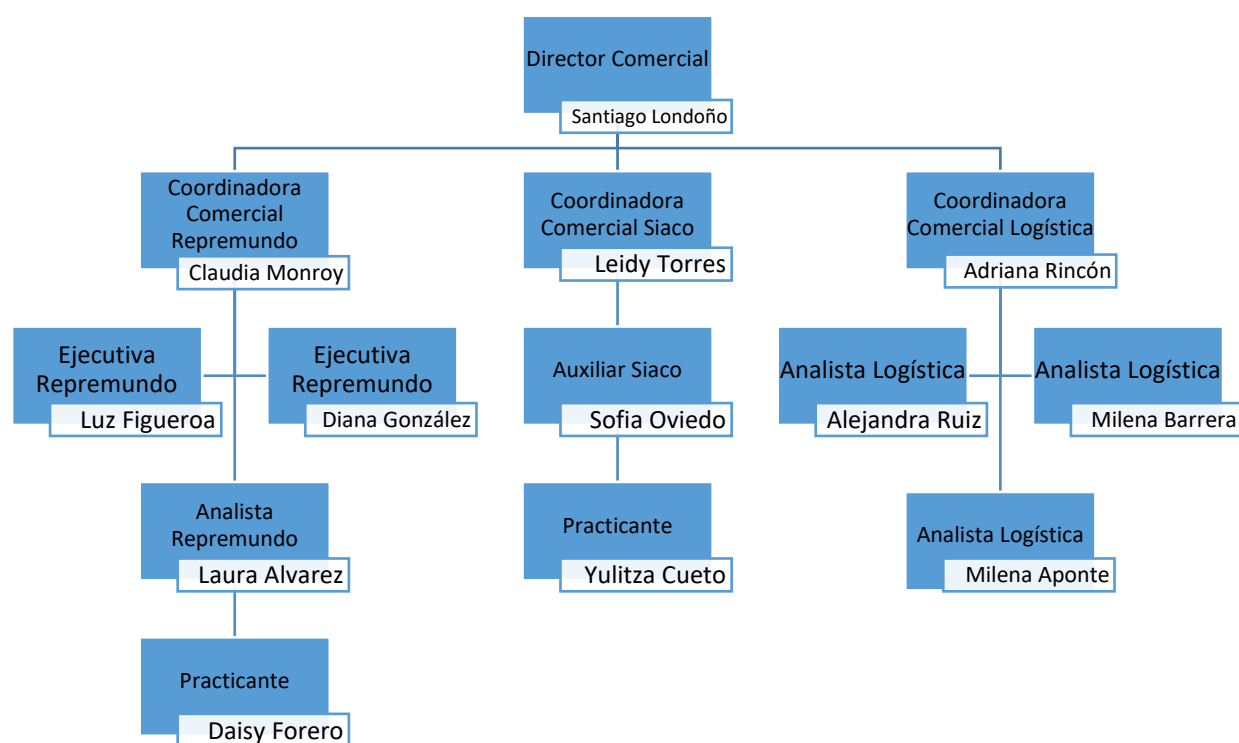


Figura 6. Organigrama Área Comercial. Autoría propia.

Productos o servicios

El grupo empresarial Repremundo ofrece diversa variedad de servicios, de acuerdo a la orientación con la que se está realizando el proyecto, se realizó el listado de servicios que brindan las dos empresas escogidas.

Al ser grupo empresarial se considera favorecedores los servicios que ofrecen las otras empresas, ya sea transporte nacional e internacional, agenciamiento logístico de mercancías, entre otros, puesto que de ser necesario alguno de estos no es indispensable contratarlo con terceros.

Tabla 2

Servicios que ofrece cada empresa

Agencia De Aduanas Siaco SAS Nivel 1	Representaciones Del Mundo SAS Repre mundo
<ul style="list-style-type: none"> - Importación y exportación - Trámite declaración de tránsito aduanero - Entregas urgentes - Concepto inicial de clasificación arancelaria y servicios de obtención de clasificación por parte de la DIAN - Modificación de temporales de corto a largo plazo / finalización modalidad - Administración y control de temporales - Elaboración de informes y presentación de licencia anual - Inscripción como importador de textiles y calzado ante la DIAN - Estudio y trámite de reconocimiento e inscripción como UAP - Administración y control UAP 	<ul style="list-style-type: none"> - Recepción de mercancía en proceso de nacionalización - Almacenamiento de mercancías - Verificación documental y física - Registro fotográfico - Notificación al importador por medio del aviso de llegada - Transmisión de inventario - Pesaje de la mercancía - Asignación de ubicación y registro de inventario a través de GRM - Alistamiento y despacho de mercancía - Tiempo de nacionalización: 1 mes prorrogable a otro (solicitud previa ante la DIAN)

- Administración Plan Vallejo	
-------------------------------	--

Nota. Tabla construida a partir de los aportes del área comercial (2020)

Clientes y usuarios

Toda persona que toma los servicios de Repremundo sea natural o jurídica es clasificada internamente en dos grupos: usuario y cliente. Esto haciendo referencia a la forma como serán tratados los datos y documentos de cada uno de ellos, al considerarse un cliente se realiza todo el proceso comercial de conocimiento cliente, solicitud de documentos necesarios y se establece la tarifa y cotización para realizar parametrización de tarifas con las cuales se trabajará, en determinados casos se hace una negociación de tarifas; esto teniendo en cuenta la cantidad de operaciones que este cliente realizará en un determinado tiempo. Por ejemplo, grandes empresas que se encuentran establecidas en el territorio nacional y realizan un gran número de negocios nacionales e internacionales como Sodimac.

Por otra parte, el usuario es la persona que se contacta con la empresa ya que la mercancía que ingresó al país ha sido retenida y luego de haber realizado proceso con el transportador y la DIAN debe hacer pago de bodegajes y retiro. Esto puede ser por única vez o poca cantidad de operaciones; se debe realizar en un tiempo específico establecido por la DIAN, al ser así el proceso documental y de sistematización es más ágil, en la mayoría de los casos estos usuarios se generan por cambio de modalidad al ingresar al territorio nacional.

Tabla 3

Clientes



Nota. Tabla construida a partir de los aportes del área comercial (2020)

Caracterización puesta de trabajo

El área de trabajo asignada al practicante se compone de las siguientes funciones:

- Creación de clientes en la plataforma Grupo Repremundo (GRM): En el momento que el cliente desea realizar el retiro de la mercancía debe cumplir con requisitos documentales para ser creado en la plataforma y así cumplir el procedimiento para facturar. Los documentos solicitados para usuario son: Registro Único Tributario (RUT) actualizado, cámara de comercio con fecha de generación no mayor a tres meses, cédula del representante legal y circular 170; si es un cliente son: los cuatro solicitados como usuario y adicional certificación bancaria con generación menor a 90 días, certificación comercial con generación menor a 90 días y formato acuerdo de seguridad manifestación suscrita.
- Proceso de guías de transporte y avisos de llegada: Consiste en realizar chequeo al paquete de guías día vencido que es entregado por el área de ingresos, al verificar la totalidad se debe identificar las guías subrayas y tomar contacto con el cliente para solicitar información de correo electrónico.
- Parametrización información clientes: Una vez se ha tomado contacto con el cliente y se ha obtenido la información necesaria se debe suministrar en la plataforma para que el área de ingresos pueda completar el proceso de avisos y retiro de la mercancía.
- Registros de proveedores: Diligenciamiento de los formatos solicitados por los proveedores (Circular 170 y documentos de seguridad), al tenerse en totalidad tramitado se debe solicitar la firma del representante legal y enviarse a quien lo requiere.
- Asesoría a clientes caso de importación y exportación: Realizar las tarifas solicitadas por los clientes dando a conocer la información que están requiriendo, de ser aceptada la propuesta se procederá a parametrizar las tarifas en la plataforma y divulgar vía correo electrónico para darse a conocer por las partes interesadas.

- Manejo plataforma Opencomex: Plataforma que soporta de manera documental la operación aduanera, donde en procesos correlacionados alimenta complementa el sistema Muisca.

(Comercial Á. , 2020)

Diagrama de procesos

De acuerdo con las funciones que se desempeñan estando en el cargo de practicante comercial, la que se tomará como referencia en este trabajo es la relacionada directamente con el cliente, tarifas, cotizaciones y divulgados. El diagrama que se presenta a continuación es el procedimiento cuando es un cliente y se realiza el modelo para establecer tarifas, estas tienen una vigencia y se deben actualizar al vencimiento de este tiempo. Una vez finalizado este proceso con el cliente, se divulga en la plataforma GRM para conocimiento de todas las áreas y sedes interesadas.

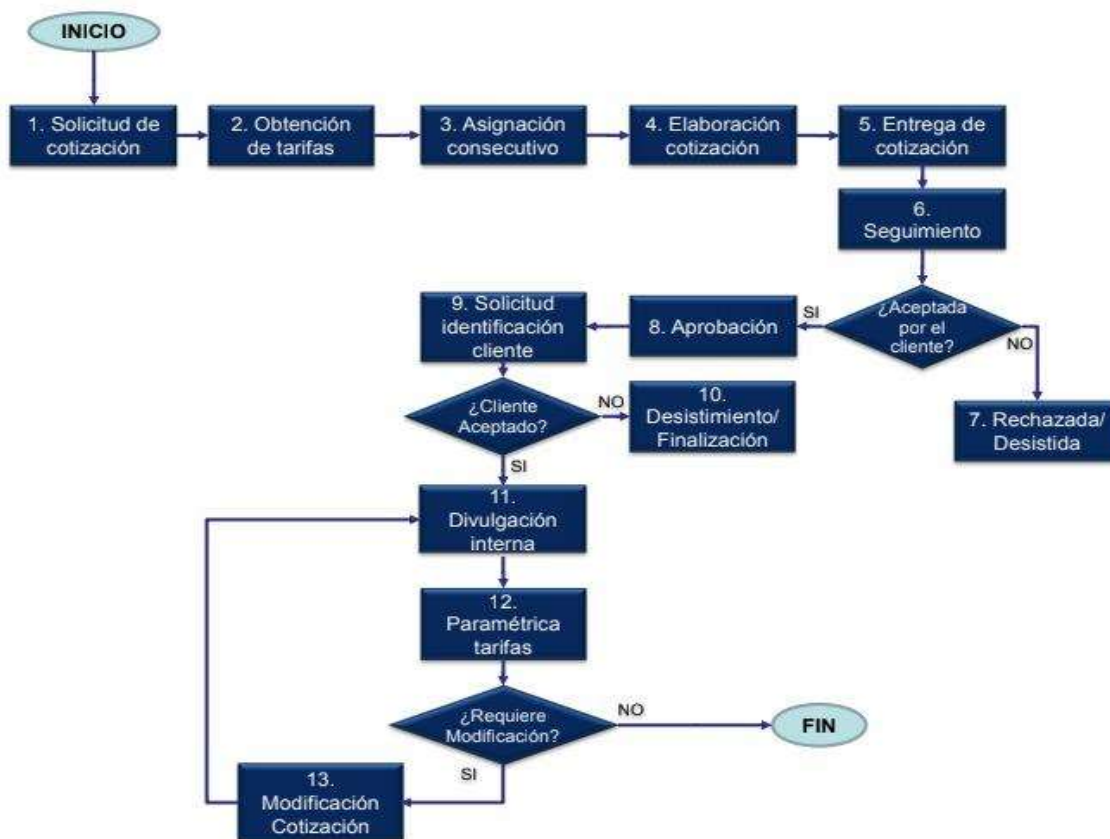


Figura 7. Flujograma proceso comercial. Comercial (2020)

Análisis del sector

A partir del diagrama de procesos y en vista de que las funciones que se realizan en esta rama del área comercial están relacionadas directamente a Agencia de Aduanas Siaco SAS. Nivel 1, el presente trabajo y la propuesta de mejoramiento se enfocará en esta empresa.

Al realizar un análisis de sector en la siguiente tabla se evidencia las principales empresas que son competencia nacional directa, con respecto a servicios que ofrece. El ranking se desarrolló frente al total CIF USD obtenidos al finalizar el año 2019, donde SIACO alcanzó el segundo puesto, lugar que ha mantenido durante varios años. (Legiscomex, 2020)

Tabla 4

Cuadro competencia Siaco

Agencia de Aduanas 2019	Identificación	Nro. Operaciones	Total CIF USD
AGENCIA DE ADUANAS MERCOS S.A NIVEL 1	800227414	2.877	4.420.773.482,23
AGENCIA DE ADUANAS SIASCO S.A.S. NIVEL 1	800251957	41.958	2.511.193.923,01
AGENCIA DE ADUANAS ABCD REPECEV SAS NIVEL 1	860536003	23.971	2.182.471.229,84
AGENCIA DE ADUANAS ML. S.A. NIVEL 1	900081359	24.436	1.845.587.285,37
AGENCIA DE ADUANAS MARIO LONDOQO S.A.NIVEL 1	890902266	19.404	1.760.155.113,92
ALMANECES GENERALES DE DEPOSITO ALMAVIVA S.A.	860002153	10.127	1.521.538.066,45
AGENCIA DE ADUANAS AGECOLDEX S.A.S NIVEL 1	800254610	17.453	1.344.178.048,65
AGENCIA DE ADUANAS HUBERMAR S.A.S NIVEL 1	890403077	15.363	1.336.337.997,43
AGENCIA DE ADUANAS AVIATUR SA NIVEL 1	830002571	13.823	1.294.399.904,80
AGENCIA DE ADUANAS ROLSAN SAS NIVEL 1	811001259	19.244	1.270.206.830,97

Nota. Tabla construida a partir de Asiscomex (2020).

Asimismo, se realizó un análisis de crecimiento interno frente al total CIF anual, donde se evidencia el crecimiento constante tanto en USD como en cantidad de operaciones efectuadas por año. Al tener un crecimiento constante la empresa se ha regido por la DIAN, entidad principal que autoriza a Siaco para ejercer agenciamiento aduanero a nivel nacional, por otra parte BASC siendo

la institución que regula procesos internos y seguridad, por ultimo entidades de control como ICONTEC e ISO (9002, 9001:2000, 9001:2008) que garantizan calidad en procesos.

Tabla 5

Ranking Siaco SAS 5 años

Año	Total CIF USD	Agencia de Aduanas	Nro. Operaciones
2015	USD 200.723.394,61	AGENCIA DE ADUANAS SIASCO S.A.S. NIVEL 1	5
2016	USD 1.906.332.558,76		32.090
2017	USD 2.206.524.421,65		33.881
2018	USD 2.641.392.995,69		38.030
2019	USD 2.511.193.923,01		41.958

Nota. Tabla construida a partir de Asiscomex (2020).



Figura 8. Grafica ranking 5 años. Autoría propia

Análisis de la información

En el área comercial se presenta una problemática de demoras en los procesos de cotizaciones, ofertas y tarifas destinadas a los clientes, ya que éstos se realizan de manera manual, esto entonces genera una oportunidad de mejora sobre estos aspectos. Se está desarrollando el presente trabajo, con respecto a la rama mencionada anteriormente que es frente al cliente, cotizaciones, ofertas y tarifas, se ha logrado evidenciar que es un proceso que se requiere ágilmente, allí es donde se encuentra la oportunidad de mejora, ya que este es una función que actualmente se está desarrollando de manera manual, trayendo con si en ocasiones demoras de respuesta ante el cliente. Con el siguiente diagrama se evidencia el problema encontrado, las causas y consecuencias.

Árbol de problemas.

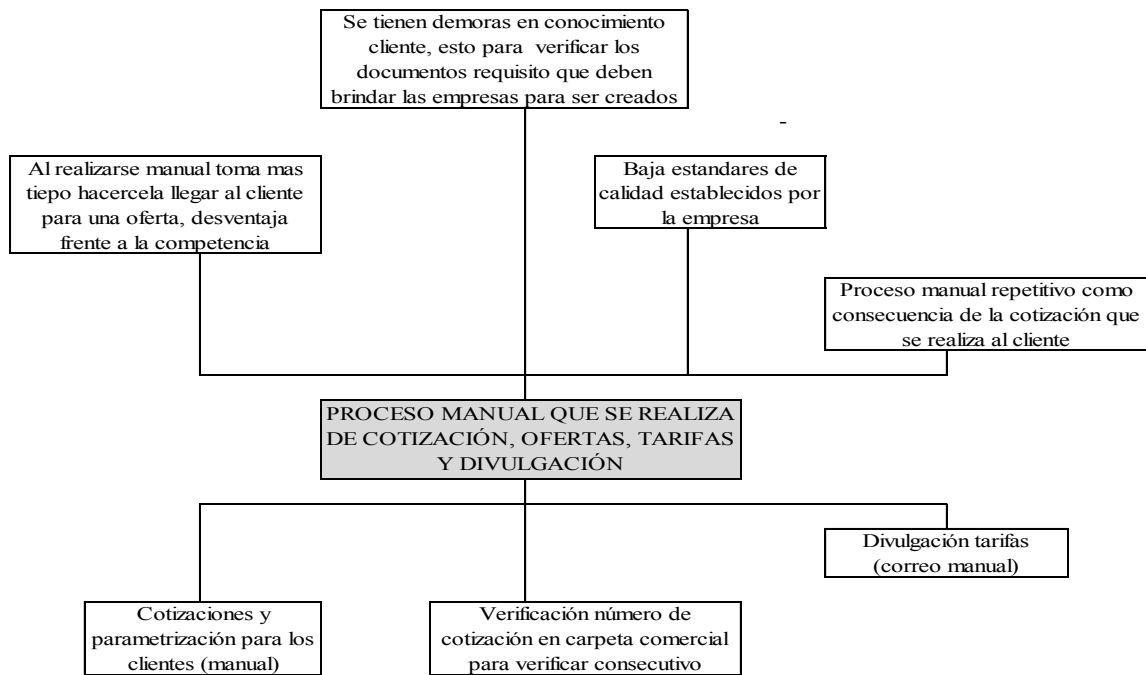


Figura 9. Árbol de problemas. Autoría propia.

Ingeniería del proyecto

El proyecto en el Grupo empresarial Repremundo S.A.S, específicamente direccionado a SIACO S.A.S. se planifica para implementar mejoras en la productividad y resultados esperados por las directivas y el área de calidad. El diagnóstico del área se realiza por medio de la matriz SWOT la cual se representa en la siguiente tabla. (Comercial Á. , 2020)

Tabla 6

DOFASiaco

SWOT	Fortalezas (F)		Debilidades (D)	
	F 1: Experiencia y reconocimiento en el mercado		D 1: Tiempos de respuesta de cotizaciones a los clientes	
	F 2: Cantidad de servicios ofertados a los clientes (Grupo Empresarial)		D 2: Contacto y seguimiento a cliente	
Oportunidades (O)	Estrategias FO	Calificación	Estrategias DO	Calificación
O 1: Cambios de modalidad generados por la DIAN	F1 O1: Aumentar el número de clientes ya que al ser conocidos se considerara primera opción	3	D1 O1: Entregar cotizaciones cómodas y a tiempo a los clientes para proceder con el tiempo establecido por la DIAN	11
	F2 O1: Ofrecer soluciones alcanzables frente a la necesidad presentada	1	D2 O1: Seguimiento constante para garantizar una contratación por parte del cliente	7
O 2: Negociaciones con otros países y movimiento de la economía (moneda)	F1 O2: Generar estrategias de reconocimiento como empresa promotora y actualizado a los cambios	4	D1 O2: Lograr contratación como consecuencia de los constantes cambios en el comercio mundial	5
	F2 O2: Promover los servicios que tiene Repremundo como solución a las empresas frente a los constantes cambios	9	D2 O2: Generar alianzas estratégicas donde se mantenga información actualizada de cambios	8
Amenazas (A)	Estrategias FA	Calificación	Estrategias DA	Calificación
A 1: Competencia directa de las empresas que ofertan lo mismo	F1 A1: Invertir en publicidad y conocimiento frente a los clientes para generar un recordatorio	2	D1 A1: Entregar los requerimientos de los clientes en el menor tiempo posible, planteando satisfacer la necesidad	15
	F2 A1: Ofrecer los servicios que se tienen, dar a conocer al cliente lo completo que se encuentra el Grupo empresarial	3	D2 A1: Realizar un seguimiento al cliente, resolviendo dudas e inquietudes para lograr cerrar contratación	13
A 2: Fluctuación de divisas y movimientos del mercado nacional e internacional	F1 A2: Impulsar los servicios cuando se tengan descensos en el mercado ya que esto lo puede detener	5	D1 A2: Solución viable al cliente cuando el mercado tiene cambios que no favorezcan	7
	F2 A2: Promover los servicios que satisfacen la necesidad del cliente de acuerdo al movimiento del mercado	4	D2 A2: Brindar estrategias alternativas cuando el cliente lo requiera	3
Selección de Estrategia 1:	Entregar los requerimientos de los clientes en el menor tiempo posible, planteando satisfacer la necesidad			
Selección de Estrategia 2:	Realizar un seguimiento al cliente, resolviendo dudas e inquietudes para lograr cerrar contratación			

Nota. Tabla construida a partir de los aportes del área comercial. Elaboración propia (2020).

Una vez realizada la matriz SWOT se tienen identificadas las estrategias a seguir para el problema identificado el cual se evidencia que es directamente en las funciones de tarifas, cotización y divulgados, estas dos enfocadas a realizar una propuesta de automatización en el área comercial con respecto a los procedimientos frente al cliente. Con esta proyección se plantea mejorar los tiempos de respuesta y alcance de la información para todos los interesados tanto de manera interna como externa en la empresa, como complemento de esto se propone una mejora positiva en los estándares de calidad del área.

Objetivo general

Generar estrategia para automatizar procesos del área comercial referente al tema de tarifas, cotizaciones y divulgados que se establecerán con los futuros clientes, satisfaciendo los estándares de calidad establecidos por la empresa Agencia de Aduanas Siaco SAS Nivel 1.

Objetivos específicos

1. Identificar los procesos del área comercial que están directamente relacionados con tarifa, cotización, y divulgado, y que pueden ser implementados en la estrategia a desarrollar.
2. Definir los procedimientos del área comercial en los cuales se sugiere establecer la automatización.
3. Plantear la automatización y medio de implementación de las funciones seleccionadas en el área comercial de la empresa.

Justificación

Este proyecto que se realiza en la empresa SIACO SAS se desarrolla para potencializar las funciones y procesos que lleva a cabo el área comercial frente a la rama de tarifas, cotizaciones y divulgados ya que estos se presentan al cliente. Se busca que mediante la aplicación de conceptos y vivencias del día a día de las personas involucradas, se cree una propuesta la cual permita facilitar y agilizar los tiempos de respuesta con excelente calidad y ofertas a quienes solicitan la información.

Para lograr el cumplimiento de los objetivos propuestos, se apoyará en el personal capacitado quienes darán referencia de cómo se llevan los procesos y el ideal de estos sin afectar los resultados que se vienen presentando. El resultado de este permitirá aumentar los clientes quienes confían sus operaciones en la empresa, la satisfacción de estos y los estándares de calidad establecidos, como también internamente en el área, ya que el proceso de automatización permitirá lograr dar a conocer

la información de manera más ágil. Esto quiere decir que en lugar de realizar varios procesos y finalmente enviar el formato final a las distintas áreas, se tendrá la facilidad de compartirlo en un solo lugar donde podrá ser consultado por quienes están directamente relacionados evitando demoras en los distintos procesos por los que debe pasar el cliente.

Marco conceptual

La propuesta de automatización para la empresa SIACO SAS se realiza con proyección en sistemas de información gerenciales los cuales se consideran de suma importancia a la hora de tomar decisiones, control en proyectos, distinguir problemas y determinar soluciones efectivas para proceder con ellos, entre otros.

En las empresas los sistemas de información son implementados con el objetivo principal de recolectar y administrar datos de forma eficiente buscando obtener mejores en un área específica o en la empresa en general y con base de esta información realizar informes y optimar tiempos para entrega de resultados, de acuerdo con Prieto & Martínez (2004) donde dice:

Los autores, en sus análisis hacen hincapié en la importancia de las herramientas de información para el logro de ventajas comparativas y el incremento del rendimiento del capital que en realidad se muestran como índices para medir la productividad de la gerencia. Afirman que el programa base de la organización es incrementar la productividad, y que los sistemas de información contribuyen positiva y eficazmente en el logro de este objetivo. (p. 3).

Se planifica que al realizar implementación del módulo propuesto en la plataforma GRM para el área comercial se logre alcanzar metas propuestas con alto índice de efectividad satisfaciendo la necesidad del cliente en la medida solicitada. Como es especificado en el libro con la implementación se quiere que la información pueda ser accesible a todo el personal que la requiera de manera dinámica sin barreras de acercamiento ni comunicación por medio de correos.

Análisis actual de los procedimientos del área comercial

Las funciones en general del área comercial son expuestas en la siguiente tabla donde se presenta la situación actual de cada una de ellas y cuales se tienen proyectadas como objetivo de la práctica profesional, las cuales son la propuesta principal de la automatización.

Tabla 7

Funciones del área comercial

Funciones del área comercial			
Funciones	Automatizado	Proyección	No se puede
Tickets (KAIZEN)	x		
Registro de proveedores			x
Asesoría Cliente			x
Análisis información clientes			x
Asignación tarifas	x		
Licitaciones	x		
Indicadores de gestión de cumplimiento	x		
Seguimiento a las ofertas			x
Tarifas		x	
Cotizaciones		x	
Divulgados		x	
Clientes nuevos			x
Informe presupuesto y proyección	x		
Certificaciones comerciales	x		

Nota. Autoría propia. (2020).

De acuerdo a la matriz SWOT establecida anteriormente y el análisis de las funciones y los procesos que desempeñan cada una de las personas encargadas, se identificaron los siguientes procesos que se consideran viables para implementar la automatización propuesta:

Tarifas

Este proceso se caracteriza por realizarse manualmente en un formato Excel que está establecido en papel membretado de la empresa, el cual contiene los servicios y productos que se están

ofreciendo al cliente. Para poder iniciar una tarifa se debe buscar el cliente en la plataforma GRM por el número de identificación tributaria; de no estar creada se debe vincular al sistema y expedirá un número consecutivo y de ya estar creada se utilizará el número existente con una nueva versión.

Una vez terminada la cotización en el formato se guardará en la carpeta comercial con su respectivo número consecutivo de identificación, esto para conocimiento de toda el área.

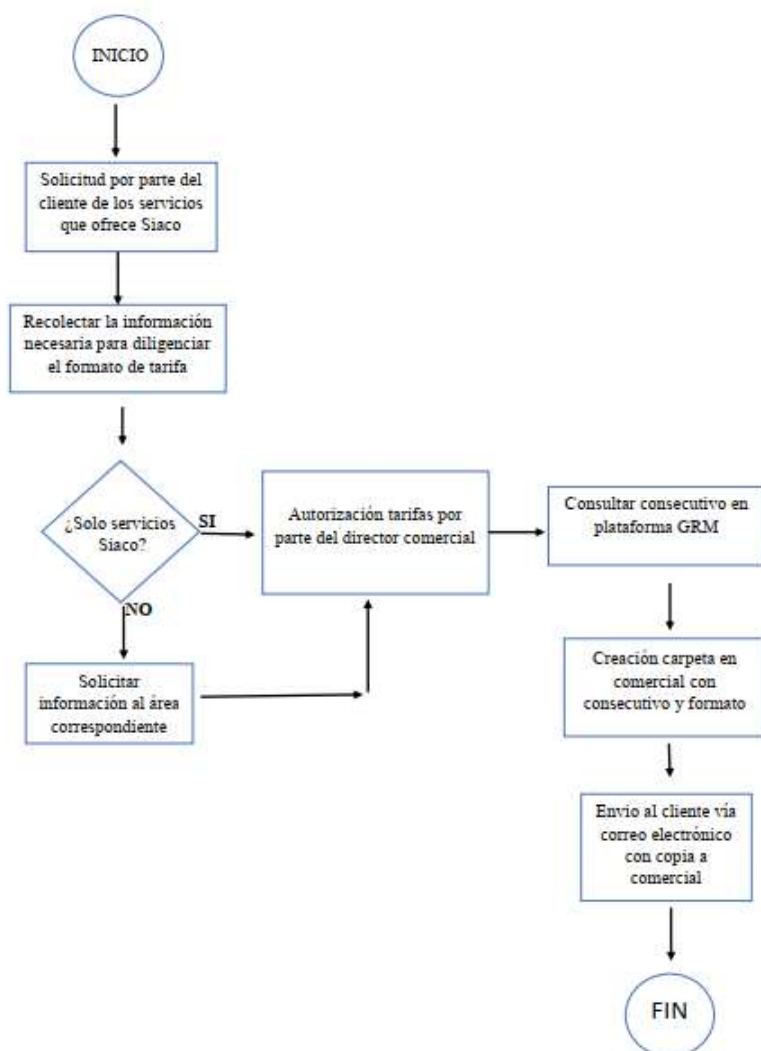


Figura 10. Flujograma tarifa. Autoría propia.

Cotizaciones

La cotización es realizada luego de tener aceptación de la tarifa por parte del cliente, esto quiere decir que si el cliente no acepta la tarifa suministrada no se procederá con la cotización, ahí terminaría el proceso. Como mencionaba anteriormente; cuando el cliente aprueba la tarifa se inicia la cotización, la cual consiste en proceder con la creación completa del cliente y parametrización en la plataforma GRM.

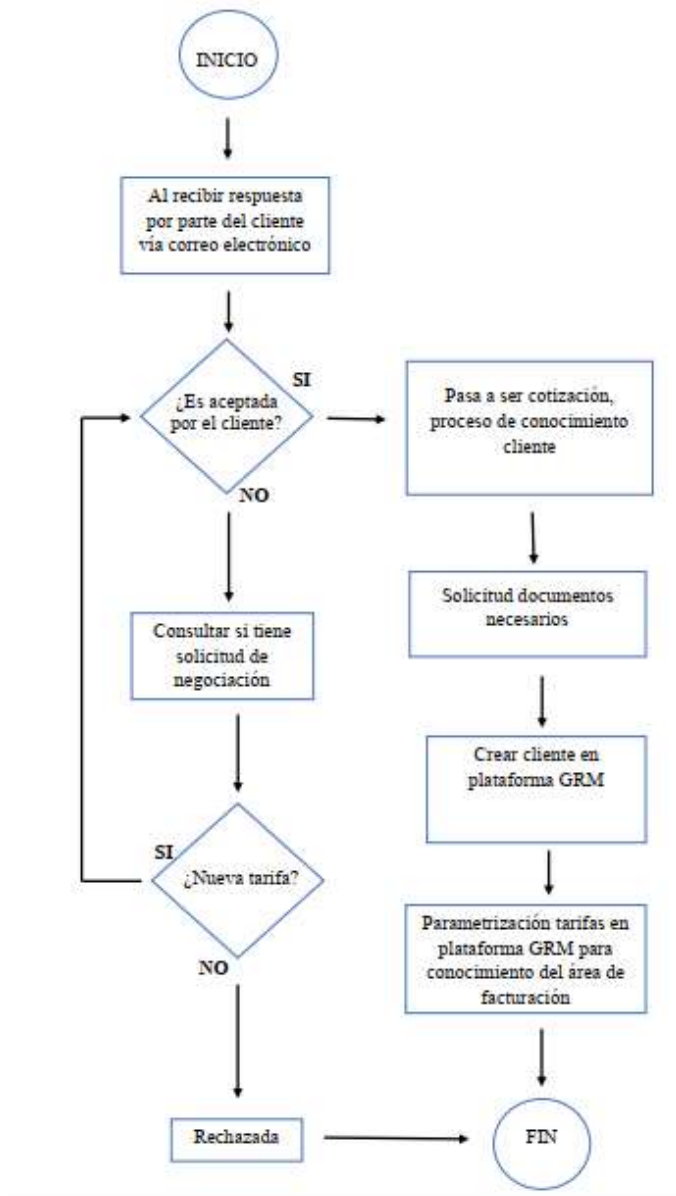


Figura 11. Flujograma cotización. Autoría propia.

Divulgados

Para finalizar, se realiza el proceso de divulgado, el cual consiste en dar a conocer tanto el área comercial como las áreas interesadas las tarifas que se establecieron y el plazo de pago con el cliente. Esto se realiza ya que solo el grupo comercial tiene acceso a este campo, al ser manual esta información se debe hacer llegar a quien lo necesita vía correo electrónico, estas tienen vigencia de un año y al vencerse se realiza todo el proceso tarifario de nuevo de acuerdo al cliente que tenga incrementos hasta la divulgación con una nueva versión en el consecutivo.

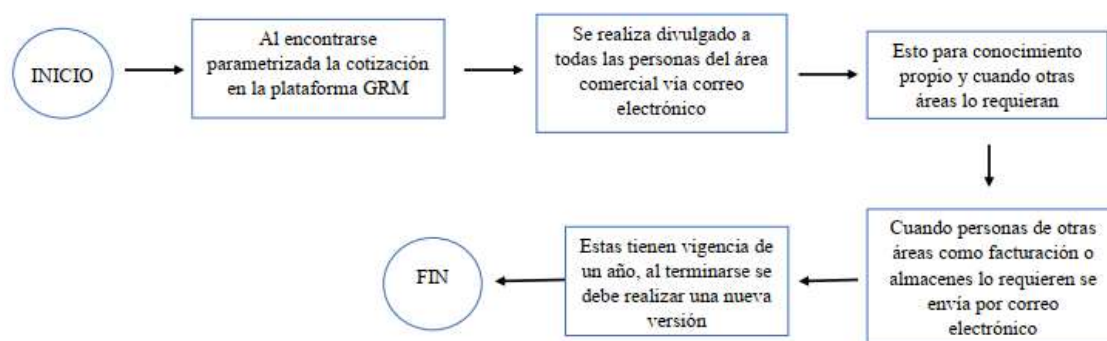


Figura 12. Flujograma divulgado. Autoría propia.

El proyecto que se plantea en esta práctica tiene como objetivo brindar soluciones de tiempo y calidad tanto para los clientes como para los funcionarios del área. Con esta implementación se quiere proponer un módulo amigable para el trabajador el cual le permita realizar los formatos a presentar al cliente de manera ágil y atractiva.

Propuesta de automatización de procesos

Las funciones del área comercial en las cuales se tiene proyectada la automatización son tarifas, cotizaciones y divulgados, esto con el objetivo de mejorar los procesos y los resultados de estos. Se planifica realizar esto por medio de la plataforma GRM utilizada actualmente por la empresa, planteando la implementación de un nuevo módulo enfocado en la solución y facilitación del alcance de información.

Una vez se lleve a cabo el proceso de automatización los procedimientos en las tres funciones planteadas tendrán cambios los cuales se visualizan en los siguientes flujogramas.

Tarifas

En este proceso se realiza un cambio en la mitad, impactando el proceso de realizar la tarifa directamente en la plataforma y obteniendo de allí la carpeta digital para guardar la información complementaria del cliente, cuando este ya existe en esta misma carpeta se crearía la nueva versión eliminando el reproceso de creación reemplazándolo por adherencia de versión. Una vez terminada la plataforma permitirá descargar el formato con su respectivo número consecutivo de identificación el cual se envira al cliente y quedará para conocimiento de toda el área.

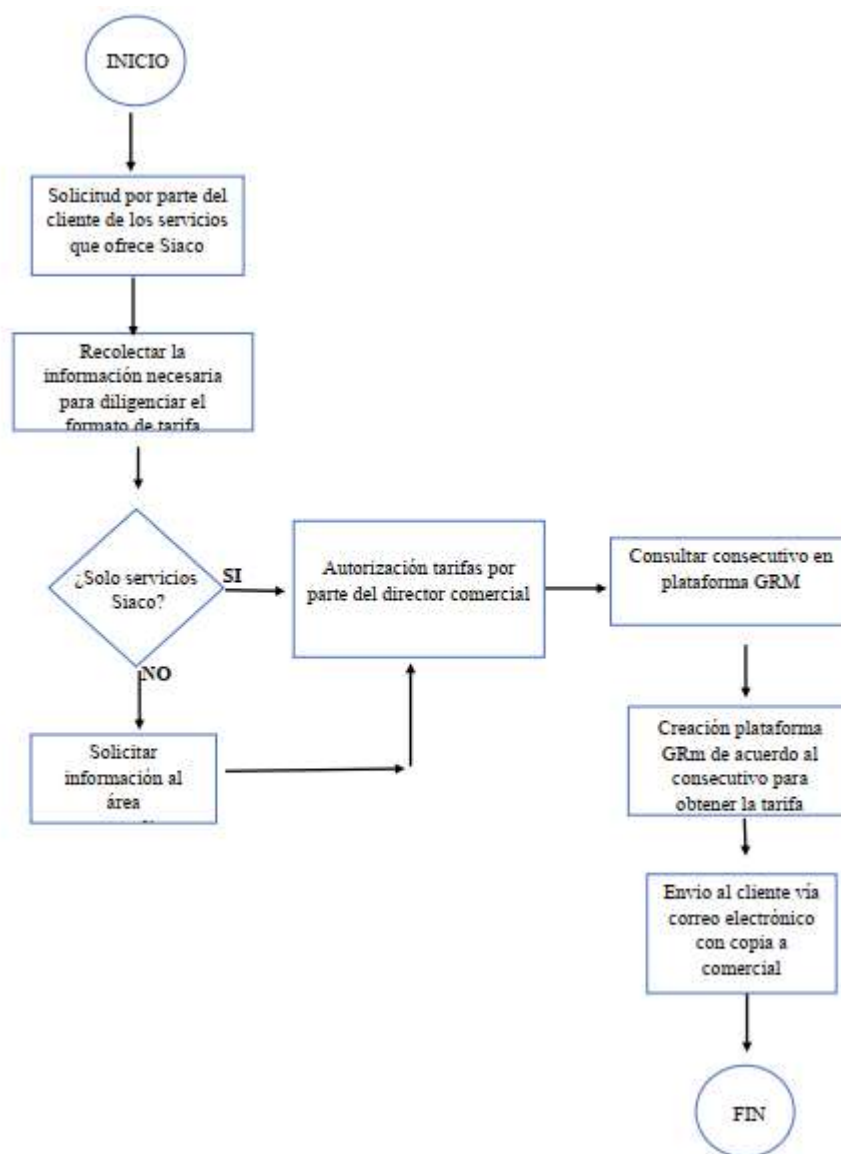


Figura 13. Flujograma tarifa automatización. Autoría propia.

Cotizaciones

Para el proceso de cotización se implementará la automatización en la información del cliente, es decir, ya teniendo su carpeta se subirán los documentos requeridos para que sean evaluados por el área de conocimiento clientes; quienes ya obtendrán esta información descargable por medio de la plataforma y no por correo electrónico. Cuando ya se encuentre la información documental en GRM se parametrizan las tarifas de acuerdo al formato aceptado por el cliente.

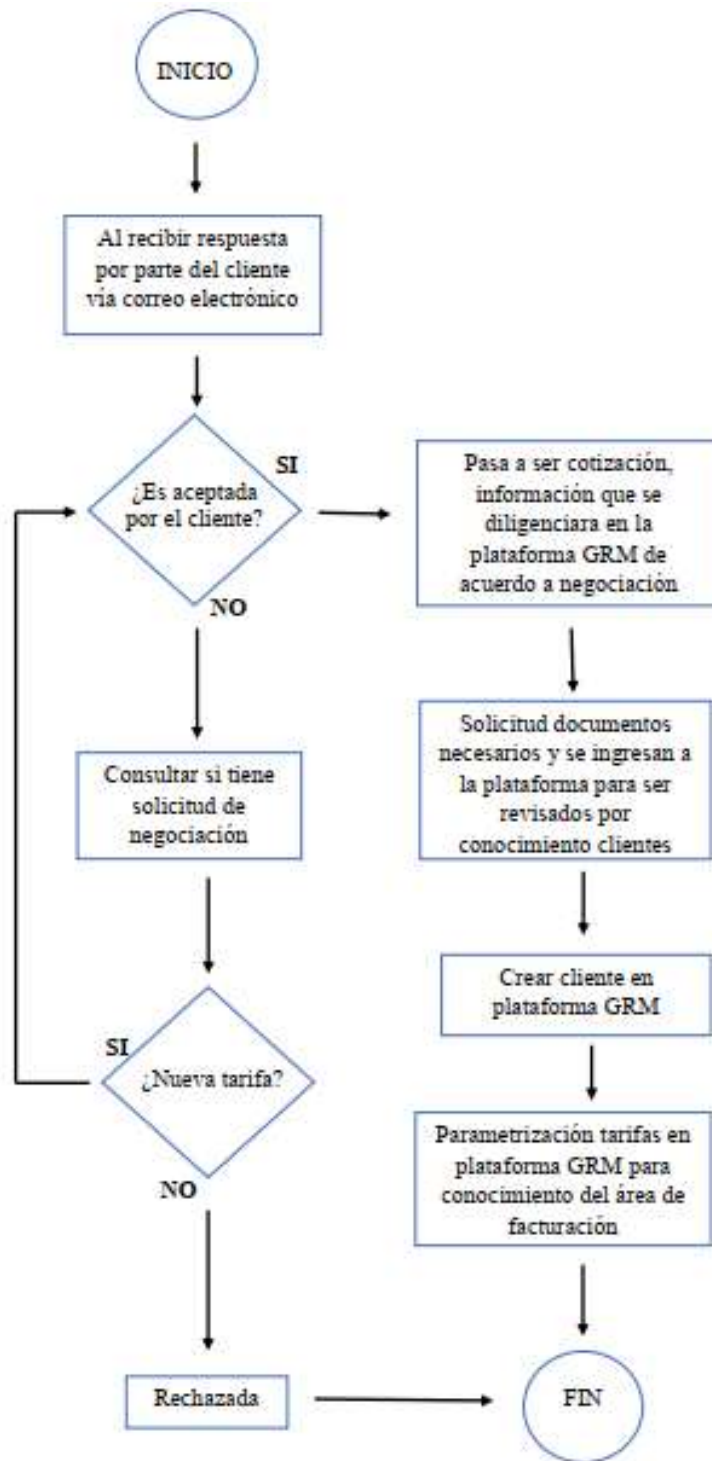


Figura 14. Flujo de cotización automatizada. Autoría propia.

Divulgados

Finalmente, para el proceso de divulgado, teniendo ya toda la información en sistema puede ser consultado por las diferentes áreas. Se eliminaría la divulgación por correo electrónico, estas tarifas tienen vigencia de un año las cuales serán anunciadas a cierto tiempo del término.

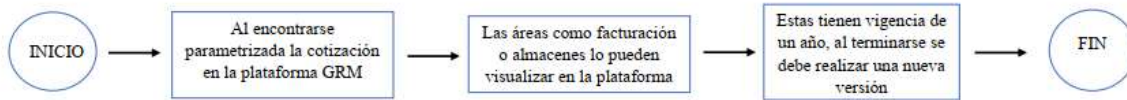


Figura 15. Flujograma divulgado automatización. Autoría propia.

Desarrollo de la propuesta de automatización

La propuesta se desarrollará por medio de la plataforma GRM la cual es utilizada actualmente, el grupo Repremundo cuenta con un departamento de tecnología; este departamento se caracteriza por ser robusto y ágil al momento de realizar los desarrollos internos, lo cual permite ejecutar el proyecto sin la contratación de empresas terceras. Por consiguiente la solicitud de implementación se debe realizar al área de información tecnológica (IT) donde se debe explicar el procedimiento a realizar en la plataforma, especificar los módulos y secciones de las empresas que se requiere colocar. El área comercial, al ser transversal, propone plantear un módulo para el grupo empresarial, sin embargo, así la propuesta de este trabajo sea solo para Siaco SAS el beneficio se percibirá para todas las unidades de negocio.

Tabla 8

Diagrama de Gantt. Desarrollo automatización

Objetivo	Actividades	Tiempo	Semana				Recursos
			1	2	3	4	
Plantear la automatización y medio de implementación en el área comercial de la empresa.	Presentar propuesta por escrito al director comercial para aprobación	1 semana					Personal comercial
	Entregar propuesta al área IT para revisión y aclaración	1 semana					Personal Información Tecnológica
	Creación e implementación en la plataforma del modulo requerido	1 día					Una Persona IT 6 a 8 horas Valor hora: \$90.000
	Pruebas piloto para verificación y comentarios por parte del área comercial	1 semana					Personal comercial
	Una vez realizadas las correcciones evidenciadas por la prueba piloto se realiza el lanzamiento	2 días					Personal comercial

Nota. Autoría propia. (2020).

De acuerdo al diagrama de Gantt propuesto anteriormente, se plantea realizar el proyecto de automatización en 5 fases, iniciando en presentar la propuesta para aprobación al director comercial, quien la revisará e indicará si considera puntos a mejorar o eliminar de acuerdo a los beneficios para el área. Una vez se encuentre aprobado, se procederá a entregar al área de información tecnológica, en donde la directora debe analizar y determinar si se requiere inversión; de ser así debe aprobarse por el gerente, en dado caso se entregaran observaciones de aprobación, cuando se encuentre aprobado iniciará la fase de creación e implementación en la plataforma para comenzar con la prueba piloto; si se encuentran mejoras en la prueba se procederá a realizar los arreglos de acuerdo a comentarios del área comercial. Una vez terminado todo el proceso el cual se tiene previsto para tiempo de un mes, será lanzado el módulo transversal en la plataforma GRM.

Beneficio para la empresa

Para el área comercial se contemplan varios beneficios con proyecto de mejora que permitan, tanto al área como a la empresa general, obtener respuestas positivas interna y externamente, esto propuesto con el fin de alcanzar mayor reconocimiento frente a la competencia y en los clientes siendo identificada como la mejor empresa a contratar para realizar los procesos de aduana nacional e internacionalmente. Algunos beneficios que se plantean son:

Disminución en tiempos: Se plantea eliminar en un gran porcentaje la tarea repetitiva manual de realizar los procesos y formatos de tarifas, cotización y divulgados, al tener el modulo en la plataforma se debe ingresar la información del clientes y diligenciar los campos requeridos de acuerdo al procedimiento que se esté realizando, finalizando este proceso con descargar el archivo PDF de la página y enviándolo al cliente; de ser necesaria una nueva versión ya no se debe suministrar toda la información sino indicar cuales son los valores de cambio y se obtendrá el archivo nuevo.

Mayor oportunidad: Como consecuencia del beneficio anterior se obtienen factores positivos que generar mayor oportunidad de mejora. Esto quiere decir que teniendo un sistema automatizado se puede evidenciar alcance a los clientes, frecuencia de actividades, cantidad de operaciones, con esto brindando atención y seguimiento a este mismo en caso de que requiere los servicios ofertados, logrando reconocimiento en el mercado objetivo.

Trabajo en equipo: En el momento de regirse por la automatización en los procesos planteados se lograra un alcance de información a las áreas interesadas en menos tiempo posible. Cuando se realiza todo el proceso en una misma plataforma, el área de facturación, almacenes, entre otros, pueden consultar tarifas e información sin demoras.

Estándares internos: Una de las áreas internas que audita los procesos y sus tiempos de respuesta es la de calidad, esta área mensualmente vigila y controla que los procedimientos y la satisfacción del cliente se encuentren dentro de los estándares implementados, con la automatización se busca mejorar y mantener lo instaurado.

Solidez: Este beneficio se visualiza hacia el cliente como memorable de la empresa, donde se cree un recordatorio por servicio y tiempo de respuesta. El objetivo es que cuando el usuario requiera hacer una operación nuevamente a su mente lo primero que venga sea Siaco SAS, ya que

al momento de realizar la primera actividad quedo satisfecho con la calidad de la empresa, con la promesa de valor y estándar de servicio, que al regresar los procesos serán igual de agiles y rigurosos como inicialmente.

Eficiencia operacional: Con la automatización se quiere tener información a la mano y segura, con esto permitiendo tener un engranaje organizacional donde quien lo requiera de manera efectiva y eficiente puede obtenerla. Esta información al ser ingresada directamente en la plataforma puede ser utilizada para los reportes e informes que se requieren en el área, pronosticando mejoras frente a los diferentes objetivos planteados.

Los beneficios expuestos anteriormente son algunos de los muchos que se pueden ir encontrando a medida que se realiza la implementación, con este proyecto lo que se busca es mejorar gradualmente las funciones del área comercial que son repetitivas y requieren de tiempo, las cuales se evidencia que se pueden optimizar con el módulo propuesto.

Propuesta producto final

Como propuesta final de producto se obtiene la automatización proyectada para los 3 procesos del área comercial: tarifas, cotizaciones y divulgados, donde se quiere implementar esto para optimizar tiempos y mejorar estándares frente al área. De acuerdo a lo que se expone en la tabla 7, el proceso se llevará a cabo en 5 fases entre aprobación y lanzamiento; esto en conjunto con el área de información tecnológica, quienes están encargados de los desarrollos que la empresa requiere.

Una vez probada, implementada y se tenga como procedimiento, se obtendrán los beneficios tanto internos como externos que son desarrollados a lo largo del trabajo. Lo que se le propone a la empresa es ejecutar este proyecto con el objetivo de mejora gradual en los procesos mencionados en el área comercial, con lo cual se obtendrá eficiencia de tiempo y agilidad de respuesta al cliente.

Conclusiones

Una vez realizado y desarrollado el diagnóstico del área comercial asignada, se evidenció ciertas dificultades en procesos que se realizan diariamente, queriendo buscar una solución a esto para obtener resultados y respuestas en el tiempo que se tiene estipulado. También se encontró que la empresa cuenta con un software propio en el que se manejan la mayoría de actividades de las diferentes áreas.

Por tanto, se procedió a analizar las funciones y procesos que se realizan encontrando que hay tres de ellas que por su naturaleza pueden incluirse en la automatización que se utiliza para otras actividades, estas son las tarifas, cotizaciones y divulgados, procedimientos que se realizan manualmente y por su modo de crearse se pueden considerar aptos para automatizar con el objetivo de agilizar la respuesta.

Finalmente, la propuesta a presentar a la empresa se desarrolla en 5 fases con las cuales se quiere trabajar con el área de información tecnológica para desarrollar el módulo pensado para la automatización del área comercial en las tres funciones planteadas. Esta propuesta de mejora se presenta en un diagrama de Gantt el cual permite evidenciar visualmente como se realizará paso a paso el cambio que se quiere, como meta de esta propuesta la reducción de tiempos y aumento en los estándares internos.

Referencias

- ASISCOMEX (2020) ASISCOMEX SAS. Recuperado de: <http://im.asiscomex.co/Default.aspx>
- CCB (2014, febrero 14). Cámara de comercio de Bogotá. Recuperado de www.ccb.org.co
- Comercial (2020). Recuperado de: Asignación de puesto de trabajo (D. Forero, entrevistador)
- Comercial (2020). Recuperado de Inducción al cargo (D. Forero, entrevistador)
- Comercial (2020, marzo). Recuperado de Información plan estratégico Repremundo (D. Forero, entrevistador)
- Comercial (2020). Recuperado de Capacitación sedes Repremundo (D. Forero, entrevistador)
- Comercial (2020). Recuperado de: Historia Repremundo (D. Forero, entrevistador)
- Legiscomex (2020). Recuperado de <https://www-legiscomex-com.recursos electronicos.uniagustiniana.edu.co/>
- Prieto, Ana, and Marle Martínez. *Sistemas de información en las organizaciones: una alternativa para mejorar la productividad gerencial en las pequeñas y medianas empresas*. *Revista de Ciencias Sociales*. 10(2), 2004, Red Universidad del Zulia, 2004. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliouncsp/detail.action?docID=329770>.