

	GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS		CODIGO	FO-GS-15	
			VERSIÓN	02	
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN			FECHA	03/04/2017
				PÁGINA	1 de 144
Elaboró		Revisó	Aprobó		
Jefe División de Biblioteca		Equipo Operativo de Calidad	Líder de Calidad		

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES):

NOMBRE(S): YURLIN KATHERINE **APELLIDOS:** MENDOZA PORRAS

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: COMERCIO INTERNACIONAL

DIRECTOR:

NOMBRE(S): DIEGO **APELLIDOS:** ZARATE OCAMPO

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO COMERCIAL PARA LA EMPRESA MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S. COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN SU RELACIÓN CON LOS CLIENTES.

RESUMEN:

Movilizar Carga Internacional S.A.S es una empresa de transporte marítimo y aéreo que inicia su labor desarrollando operaciones de comercio internacional con responsabilidad y compromiso desde el año 2016. De acuerdo a lo anterior surge la necesidad de contar con un departamento comercial que cumpla con lo que demanda el mercado, puesto que se ha entendido que es allí donde se ejecutan directamente los objetivos de la organización orientados siempre a la satisfacción del cliente, cumpliendo con las normas de seguridad, garantías y costos pactados, es en este proceso en donde se emplean la mayoría de los recursos de la empresa y donde se le da al consumidor la oportunidad de visualizar sus impedimentos de una forma mínima y fácil de resolver.

PALABRAS CLAVES: Distribución física internacional, Estrategias internacionales, Estudio de mercado, Internacionalización, Bolsos para dama

CARACTERÍSTICAS: PÁGINAS: 144 PLANOS: ____ ILUSTRACIONES: ____ CD ROOM

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO COMERCIAL PARA LA
EMPRESA MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S. COMO HERRAMIENTA DE
GESTIÓN EN SU RELACIÓN CON LOS CLIENTES

YURLIN KATHERINE MENDOZA PORRAS

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JOSE DE CÚCUTA

2021

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO COMERCIAL PARA LA
EMPRESA MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S. COMO HERRAMIENTA DE
GESTIÓN EN SU RELACIÓN CON LOS CLIENTES

YURLIN KATHERINE MENDOZA PORRAS COD: 1261029

DIRECTOR DEL PROYECTO:
DIEGO ZÁRATE OCAMPO

Proyecto de Pasantía para optar por el título de Profesional en Comercial Internacional

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
COMERCIO INTERNACIONAL
SAN JOSE DE CÚCUTA

2021

	FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO	Versión: 1/2013
		Página 1

SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 19 de febrero de 2021

Acta N° 01/2021

TITULO PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional

LUGAR: Plataforma virtual meet.

DEL PROYECTO: "Propuesta para la creación del Departamento Comercial en la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S como herramienta de la gestión en la relación con los clientes"

MODALIDAD: Pasantía

JURADOS:

Ana Isabel Tamayo Medina

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Eleazar Buitrago Gómez

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Jean Marcell Márquez Álvarez

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

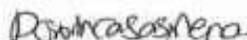
DIRECTORES:

Firma:



Diego Zarate Ocampo

Darwin Casas Mena



NOMBRE DEL ESTUDIANTE

CODIGO

CALIFICACIÓN

LETRA

NÚMERO

A- M -L

Yurlin Katherine Mendoza Porras 1261029

Cuatro punto dos

4,2

X



Ana Isabel Tamayo Medina



Eleazar Buitrago Gómez



Jean Marcell Márquez Álvarez

VºBº

Liliana Marcela Bastos Osorio

LILIANA MARCELA BASTOS OSORIO

Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional



**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA
LA CONSULTA, LA REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL
Y LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO**

Cúcuta, 19 de Marzo de 2021

Señores

BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS

Cúcuta

Cordial saludo:

Yurlin Katherine Mendoza Porras identificada con la C.C. N°: 1.093.793.450, autores de trabajo de grado titulado: **PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO COMERCIAL PARA LA EMPRESA MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S. COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN SU RELACIÓN CON LOS CLIENTES** presentado y aprobado en el año: **2021** como requisito para optar al título de Comercio Internacional; autorizamos a la biblioteca de la Universidad Francisco de Paula Santander, Eduardo Cote Lamus, para que con fines académicos, muestre a la comunidad en general a la producción intelectual de esta institución educativa, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado en la página web de la Biblioteca Eduardo Cote Lamus y en las redes de información del país y el exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad Francisco de Paula Santander.
- Permita la consulta, la reproducción, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD-ROM o digital desde Internet, Intranet etc.; y en general para cualquier formato conocido o por conocer.

Lo anterior, de conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la ley 1982 y el artículo 11 de la decisión andina 351 de 1993, que establece que “**los derechos morales del trabajo son propiedad de los autores**”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Yurlin Katherine Mendoza Porras
C.C. 1.093.793.450

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	14
1 Título	16
1.1 Planteamiento del problema	16
1.2 Formulación del problema	17
1.3 Sistematización del problema	17
1.4 Objetivos	18
1.4.1 Objetivo General	18
1.4.2 Objetivos Específicos	18
1.5 Justificación	18
1.5.1 Justificación Práctica	18
2 Marco de referencia	19
2.1 Antecedentes	19
2.1.1 Antecedentes a nivel regional	19
2.1.2 Antecedente a nivel nacional	20
2.1.3 Antecedente a nivel internacional	22
2.2 Bases teóricas	22
2.3 Marco conceptual	28
2.4 Marco legal	30
2.5 Marco espacial	31
2.6 Marco temporal	31
3 Diseños metodológicos	31
3.1 Tipo de Investigación	31
3.2 Método de Investigación	32

3.3 Tipo de Estudio	32
3.4 Población	32
3.5 Muestra	32
3.6 Sistematización de las variables	32
3.7 Tratamiento de la información	34
3.7.1 Técnica para la recolección de la información	35
3.7.2 Técnica de procesamiento de la información	35
3.7.3 Presentación de la información	36
4 Análisis e interpretación de los resultados	37
4.1 Analizar organizacionalmente la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S	37
4.1.1 Reseña Histórica	37
4.1.2 Plan estratégico de Movilizar Carga Internacional S.A.S	38
4.1.2.1 Misión	38
4.1.2.2 Visión	38
4.1.2.3 Objetivos Corporativos	38
4.1.2.4 Logo de la empresa	39
4.1.2.5 Organigrama	40
4.1.3 Diagnostico Situacional	40
4.1.3.1 Diagnóstico inicial	41
4.1.3.2 Identificación de factores internos	43
4.1.3.3 Identificación de factores externos	47
4.1.3.3.1 Mercado	47
4.1.3.3.2 Clientes	48
4.1.3.3.3 Competencia	49
4.1.3.3.4 Entidades y Organismos de vigilancia y control	51
4.1.3.3.5 Componente tecnológico	51
4.1.3.4 Tabla Matriz DOFA – Análisis Interno	52
4.1.3.5 Tabla Matriz DOFA – Análisis Externo	54
4.2 Establecer los lineamientos y procesos para la creación del departamento comercial de	

la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S.	55
4.2.1 Procedimiento Gestión Comercial Movilizar Carga Internacional S.A.S	55
4.2.1.1 Misión	55
4.2.1.2 Visión	56
4.2.1.3 Valores	56
4.2.1.4 Políticas Internas	56
4.2.1.5 Política de Competitividad	58
4.2.1.6 Objetivos Estratégicos	58
4.2.1.7 Creación del departamento comercial	58
4.2.1.8 Organigrama	58
4.2.1.9 Características de la estructura organizacional funcional	59
4.2.1.10 Objetivo General del departamento comercial	61
4.2.1.11 Objetivos específicos del departamento comercial	61
4.2.1.12 Servicios manejados	62
4.2.1.13 Condiciones generales	63
4.2.2 Manual del proceso comercial	64
4.2.2.1 Objetivo	64
4.2.2.2 Alcance	64
4.2.2.3 Definiciones	64
4.2.2.4 Identificación de los requisitos del cliente	64
4.2.2.5 Elaboración y aprobación de la Oferta Comercial	66
4.2.2.6 Atención de clientes	67
4.2.2.7 Servicio posventa	68
4.2.2.8 Seguimiento a la satisfacción del cliente	69
4.2.2.9 Gestión de mercadeo	69
4.2.2.10 Gestión de la publicidad	70
4.2.3 Procesos a cargo del Coordinador del departamento Comercial	70
4.2.4 Procesos a cargo del Ejecutivo Comercial	76
4.2.5 Procesos a cargo del Inside Sales	78
4.3 Identificar los perfiles calificados para cargos en el departamento comercial.	79
4.3.1 Manual de perfiles para los cargos del departamento comercial	79

4.3.1.1	Objetivo	79
4.3.1.2	Alcance	80
4.3.1.3	Definiciones	80
4.3.1.4	Distribución de cargos por niveles	81
4.3.1.5	Gestión por competencias	81
4.3.1.6	Elementos del perfil del cargo	83
4.3.2	Perfiles del departamento comercial	84
4.3.2.1	Coordinador del departamento comercial	84
4.3.2.2	Ejecutiva Comercial del departamento comercial	86
4.3.2.3	Inside	88
4.3.3	Plan de inducción	89
4.3.3.1	Propuesta de inducción Movilizar Carga Internacional	90
4.4	Proponer estrategias de gestión del departamento comercial de la empresa	91
4.4.1	Estrategia CRM a través de Bitrix24	91
4.4.1.1	Definición de los objetivos del CRM	92
4.4.1.2	Diseño del plan	92
4.4.1.3	Herramienta de CRM	92
4.4.1.4	Capacitación para el manejo del CRM en Bitrix24	95
4.4.2	Índice de satisfacción del cliente (CSAT) que es un KPIs (Key Performance Indicators)	101
4.4.2.1	Definición de los objetivos de CSAT	101
4.4.2.2	Diseño del plan	101
4.4.2.3	Herramienta de CSAT	102
4.4.3	Estrategia Net Promoter Score que es un KPIs (Key Performance Indicators)	103
4.4.3.1	Definición de los objetivos de Net Promoter Score	103
4.4.4	Estrategia de Telemarketing	106
4.4.4.1	Definición de los objetivos del Telemarketing	107
4.4.4.2	Diseño del plan del Telemarketing	107
4.4.5	Estrategia de Rebranding	108
4.4.5.1	Definición de los objetivos del Rebranding	109
4.4.5.2	Diseño del plan del Rebranding	109

Conclusiones	115
Recomendaciones	117
Referencias bibliográficas	118

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Sistematización de las variables	32
Tabla 2. lista de Agencias de Aduana.	49
Tabla 3. Fortalezas y debilidades	52
Tabla 4. Oportunidades y amenazas	54

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Logo de la empresa.	39
Figura 2. Organigrama Movilizar Carga Internacional S.A.S	40
Figura 3. Exportaciones de Colombia	47
Figura 4. Importaciones de Colombia	48
Figura 5. Organigrama Funcional de la empresa propuesto.	60
Figura 6. Pagina inicial de bitrix24, 2020.	93
Figura 7. Página de bitrix24, 2020.	94
Figura 8. Página de bitrix24, 2020.	94
Figura 9. Página de bitrix24, 2020.	95
Figura 10. Capacitación bitrix24, 2020	96
Figura 11. Capacitación bitrix24, 2020	96
Figura 12. Capacitación bitrix24, 2020	97
Figura 13. Capacitación bitrix24, 2020	98
Figura 14. Capacitación bitrix24, 2020	98
Figura 15. Capacitación bitrix24, 2020	99
Figura 16. Capacitación bitrix24, 2020	100
Figura 17. Capacitación bitrix24, 2020	100
Figura 18. Detractores	105
Figura 19. Pasivos	105
Figura 20. Promotores	106
Figura 21. Fórmula para calcular el NPS	106

Figura 22. Ejemplos imagen de la marca, Fuente: Asesor de publicidad según información proporcionada por la empresa Movilizar Carga Internacional, 2020	111
Figura 23.. Ejemplo Pagina Web, Fuente: Asesor de publicidad según información proporcionada por la empresa Movilizar Carga Internacional, 2020	112
Figura 24. Aplicación vehículo de carga, Fuente: Asesor de publicidad según información proporcionada por la empresa Movilizar Carga Internacional, 2020	112
Figura 25. Aplicación letrero visual, Fuente: Asesor de publicidad según información proporcionada por la empresa Movilizar Carga Internacional, 2020	113
Figura 26.. Aplicación tarjeta de presentación, Fuente: Asesor de publicidad según información proporcionada por la empresa Movilizar Carga Internacional, 2020	113
Figura 27.. Aplicación carnet corporativo, Fuente: Asesor de publicidad según información proporcionada por la empresa Movilizar Carga Internacional, 2020	114

Introducción

En la actualidad el transporte de mercancías ha suscitado un papel importante para las empresas que proyectan llevar sus productos a mercados internacionales, pues en la medida en la que el cliente incrementa su productividad y comercialización, exige servicios logísticos de calidad que le permitan agilizar los procesos, minimizando tiempos de entrega y garantizando siempre el buen estado de su carga.

Movilizar Carga Internacional S.A.S es una empresa de transporte marítimo y aéreo que inicia su labor desarrollando operaciones de comercio internacional con responsabilidad y compromiso desde el año 2016. Lo cual le ha permitido hasta la fecha cumplir con los requerimientos, mantenerse y crecer de la mano de sus aliados, pues en sus objetivos ha buscado siempre velar por las necesidades del cliente asegurando en cada uno de sus procesos la respuesta inmediata a problemáticas del común con soluciones responsables e innovadoras.

De acuerdo a lo anterior surge la necesidad de contar con un departamento comercial que cumpla con lo que demanda el mercado, puesto que se ha entendido que es allí donde se ejecutan directamente los objetivos de la organización orientados siempre a la satisfacción del cliente, cumpliendo con las normas de seguridad, garantías y costos pactados, es en este proceso en donde se emplean la mayoría de los recursos de la empresa y donde se le da al consumidor la oportunidad de visualizar sus impedimentos de una forma mínima y fácil de resolver.

Por ello se propone a la empresa implementar el departamento que tiene como objetivo atraer y fidelizar a los clientes, pero no de una manera informal, empírica y a través de referidos como se ha venido realizando, sino de una forma planeada, practica y organizada que permita generar estrategias comerciales a lo largo del tiempo, consolidando de diferentes formas las relaciones,

incrementar ventas, haciendo seguimiento continuo y prestando asesoramiento en el lugar y tiempo correcto.

1 Título

Propuesta para la creación del departamento comercial para la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S. como herramienta de gestión en su relación con los clientes.

1.1 Planteamiento del problema

El movimiento de mercancías a nivel internacional engloba una serie de elementos fundamentales para la comercialización de carga a cualquier lugar, esto es conocido bajo el concepto de logística, según la Asociación de Logísticos Franceses, (2013), es identificado como “la conformación e interacción de diferentes actividades tienen como objetivo colocar en un lugar determinado la cantidad de un producto y en el menor tiempo posible donde se encuentre la demanda”.

De acuerdo a lo anterior es de vital importancia entender la función de la logística como la base que aporta competitividad a una empresa en mercados nacionales e internacionales, en especial por la capacidad para generar valor en relación al cliente final, es decir que el papel que toma el transporte, por su parte, “este se caracteriza, fundamentalmente en la aportación al valor agregado del servicio final, en la medida en que satisface la utilidad de lugar a través de la frecuencia y el tiempo de entrega”, (Brandín, 1992).

Movilizar Carga Internacional S.A.S, empresa nueva en el sector de transporte de la ciudad de Cúcuta en Norte de Santander, se ha limitado a mantener los clientes que ya conoce y no se ha preocupado por generar nuevas tácticas y objetivos que permitan encontrar prospectos que a futuro se transformen probablemente en clientes potenciales, esto por la falta de un equipo comercial que prevea y cree metas organizacionales que junto a gerencia aporten al incremento de las ventas y a su vez generen más utilidad.

Visto que el departamento comercial se convierte en la herramienta de gestión de relación con los clientes, se hace conveniente proponer la creación de un departamento que contemple las dimensiones de brindar un servicio de calidad que busque la satisfacción del cliente mediante estrategias en relación a costos, tiempos y respuesta inmediata a los cambios del mercado.

1.2 Formulación del problema

¿Proponer la creación del departamento comercial para la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S como herramienta de gestión sobre la relación con los clientes?

1.3 Sistematización del problema

¿Qué aspectos y funciones se deben tener en cuenta para definir la estructura del departamento comercial?

¿Cuál es la importancia de crear un departamento comercial para una empresa cuya actividad económica es el transporte de carga?

¿Cómo analizar las ventajas, oportunidades y beneficios que un departamento comercial puede brindar a una empresa de servicios en transporte de mercancía internacional?

¿Cómo establecer los procedimientos a seguir para realizar de manera eficiente la gestión comercial?

¿Qué perfiles se deben estudiar para aplicar a los cargos que exige el departamento comercial?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Proponer la creación del Departamento Comercial para la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S como herramienta de gestión en su relación con los clientes.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar organizacionalmente la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S.
- Establecer los lineamientos y procesos para la creación del departamento comercial de la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S.
- Identificar los perfiles calificados para cargos en el departamento comercial.
- Proponer estrategias de gestión del departamento comercial de la empresa

1.5 Justificación

1.5.1 Justificación Práctica

Toda empresa que busque conseguir sus objetivos necesitan plantear y organizar de manera eficiente los elementos que van a intervenir en ella (personal, procesos, capital, materiales, etc) la manera más común de organización de empresa es mediante departamentos. Movilizar Carga ha notado la necesidad de contar con un equipo profesional que se encargue de velar por la atención del cliente, por crear y actualizarse de estrategias comerciales que se estén aplicando actualmente que ayuden a fidelizar a los clientes y que a la fecha no se ha coordinado de esta manera.

De acuerdo a lo anterior se propone la creación del departamento comercial a la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S como herramienta de gestión en su relación con los clientes, con la intención de generar los medios que permitan al comercial cumplir de manera fácil y eficiente los requerimientos correspondientes a su actividad comercial, buscando ser competitivos en este mercado donde el cliente es quien permite el crecimiento o disminución de utilidades en la organización.

Asimismo, conocer las estrategias que se están implementando en el mercado, permitirá incrementar las oportunidades de llegar a más prospectos con posibilidades de cerrar negocios en los tiempos establecidos.

Para el desarrollo de este proyecto se aplicará la matriz DOFA para realizar el análisis organizacional de la empresa Movilizar Carga Internacional, por lo cual se acude a fuentes de información primaria y secundaria. De igual forma, para el establecimiento de lineamientos, procesos y perfiles del departamento comercial se hará uso de información proveniente de herramientas como base de datos y antecedentes relacionados, así como de la gerencia, entre otras que ayuden al desarrollo del mismo.

2 MARCO DE REFERENCIA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes a nivel regional

Gutierrez. C. – Gordillo. J. (2017) *Propuesta de de diseño y creación del área de ventas de la empresa Equipos Neumáticos e Hidráulicos, Equinehy LTDA. Documento*

presentado para obtener el título de Especialización en Gerencia de mercadeo y estrategias de ventas. Universidad Libre, Cúcuta, Colombia.

Este trabajo de investigación muestra la propuesta de aplicación para la empresa EQUINEHY LTDA, con el fin de optimizar el área de ventas. Después de realizar un análisis objetivo se identificó la necesidad de crear, diseñar y estructurar un departamento comercial, que hasta el momento no ha permitido tener un modelo ordenado y unificado de las mismas. Uno de los pasos que se llevaron a cabo para identificar los problemas fue las visitas realizadas a los ingenieros de ventas, gerente general, junta directiva y personas cercanas a las ventas en la compañía, luego se planteó un objetivo general y varios específicos los cuales vamos a cumplir a cabalidad para generar tranquilidad a los socios de la empresa

2.1.2 Antecedente a nivel nacional

Agudelo. C. (2008) *Propuesta de estructuración del departamento comercial de suelos y estructuras. Pasantía presentada para obtener el título de Profesional en Mercadeo y Negocios Internacionales. Universidad Autónoma de Occidente, Cali, Colombia.*

El departamento comercial es en si el pilar económico de la empresa, su principal función es determinar las necesidades de los clientes y evaluar la solución óptima para cada situación; en este se encuentra todo el recurso humano capacitado para ofrecer a los clientes los productos o servicios de la empresa.

En el departamento comercial está toda la información necesaria para conocer mejor y de esta manera lograr un acercamiento que le permita a la empresa fidelizar a los clientes, en busca de incrementar las utilidades de la compañía.

Londoño. J. (2017) *Área comercial y competitividad de la empresa Sevenminds. Trabajo de grado presentado para obtener el título de Profesional en Administración Comercial. Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria, Antioquia, Colombia.*

El departamento comercial de una empresa ha ido ganando relevancia con el paso del tiempo, y se ha convertido en una de las partes más importantes de la empresa.

Según Sandra Lema, Licenciada en Periodismo y que cuenta con un Máster en Marketing “la función del departamento comercial en la empresa ocupará un lugar destacado dentro de la organización de la empresa. Es por este motivo por el que debe quedar bien definida y estructurada en cuanto a sus funciones. También será necesario determinar su nivel de responsabilidad y las subfunciones que la integran.

En la estructura tradicional de la empresa el departamento de marketing, también llamado comercial, era considerado como un servicio el cual tenía como funciones la venta de los productos y/o servicios con muy poca ayuda publicitaria y se consideraba una de las áreas de menor importancia dentro de la empresa. Sin embargo, esta estructura tradicional de la empresa va evolucionando en el tiempo e incorpora oficinas comerciales que son parte del staff de la organización, donde simplemente se recoge información relacionada con la actividad comercial”

Es claro que en la actualidad las estructuras comerciales tienen un peso superior en las empresas, y de estas precisamente depende el cumplimiento de las metas y los objetivos en ventas, además tienen una mayor importancia en cuanto al nivel competitivo, esto gracias a la investigación y apertura de nuevos mercados que está dentro de las funciones del área comercial.

2.1.3 Antecedente a nivel internacional

Quimi. E. (2014) *Plan de marketing para estructurar el departamento de comercialización STEELTRADE S.A. en la ciudad DE GUAYAQUIL, trabajo de grado presentado para obtener el título de Licenciada en Mercadotecnia. UNIVERSIDAD LAICA “VICENTE ROCAFUERTE” DE GUAYAQUIL, Guayaquil, Ecuador.*

El presente proyecto plantea desarrollar un plan de marketing para estructurar el departamento de comercialización de la empresa Steeltrade S.A. en la ciudad de Guayaquil, en la búsqueda de solucionar la problemática de la compañía, creando estrategias que le permitan competir con este mercado ya que estos productos de suministros de oficina y tecnología tienen mucha competencia, adicional solucionar la logística interna que trae a la empresa una desventaja en el mercado.

2.2 Bases teóricas

Henry Fayol – Administración clásica

Fue uno de los principales contribuyentes al enfoque clásico de la administración, “la principal preocupación era aumentar la eficiencia de la empresa a través de la forma y disposición de los órganos componentes de la organización y sus relaciones estructurales. En cuanto a su teoría misma, Fayol más que acudir a definiciones tiende a establecer enumeraciones con diversos ejemplos que pueden dar una idea más completa de las funciones o actividades que trata de establecer. Así comienza por establecer que la administración de una Empresa comprende seis (6) operaciones fundamentales:

- I. Operaciones Técnicas (producción, fabricación, transformación)
- II. Operaciones Comerciales (compras, ventas, permutas)
- III. Operaciones Financieras (Búsqueda y Administración de capitales)
- IV. Operaciones de Seguridad (Protección de Bienes y Personas)
- V. Operaciones Contables (Inventario, balance, precio de costo, estadística)
- VI. Operaciones Administrativas” (Fayol, 2004)

La teoría clásica de la administración en la que se encuentra que: “La teoría clásica se encargaba del énfasis en la estructura y en las funciones que debe tener una organización para lograr la eficiencia. Esta teoría tuvo un enfoque normativo y prescriptivo” basados en su principal exponente Henry Fayol (**Fayol, 2004**).

Michael Porter – Modelo Ventaja Competitiva de las naciones

Porter (1990) en su modelo de las ventajas competitivas de las naciones afirma que la capacidad de competir en los mercados internacionales depende no sólo de los costes de los factores productivos, sino de su eficiencia en relación con el coste. Los factores productivos se pueden dividir en dos: básicos y avanzados, en el primero se encuentran los que tiene cada país naturalmente como recursos naturales, capital y mano de obra no especializada; por otro lado están los factores avanzados como la mano de obra especializada, los sistemas educativos, entre otros. En cuanto a los avanzados, se clasifican en generales y especializados, siendo los generales los útiles para toda empresa, teniendo como ejemplo de este el sistema educativo, mientras que los especializados son útiles solo para ciertos sectores como por ejemplo un centro de investigación.

Peter Ferdinand Drucker - Administración por objetivos

Drucker (1954) La administración por objetivos (APO) cuyo percusor fue Drucker (1954), surgió como un modelo que permitía evaluar y controlar la manera como se desempeñan las diferentes áreas y empresas u organizaciones que tienen un aumento significativo en su producción en corto tiempo; en sus comienzos este modelo se instituyó como un principio financiero de evaluación y control, aunque dichos principios que permitían evaluar las ganancias y los costos, no fueron los idóneos para lograr develar como era función interna de las diferentes organizaciones. A causa de, se presentaron diversas convergencias entre los distintos niveles de la organización, ocasionando indiferencia e insatisfacción en el nivel medio/bajo.

De acuerdo con Drucker (1954), la dirección por objetivos, se fundamenta en lograr establecer cuales áreas son las más significativas en la organización con el fin de crear metas y valorar los resultados obtenidos. Las siguientes son las variables utilizadas para lograr evaluar:

- EL posicionamiento de la organización en los mercados, en relación a los mercados potenciales que tiene.
- Como son los procesos para lograr innovar el producto y servicio
- Los procesos de producción
- Procesos de costo-ganancia
- Recurso físico y financiero
- Rendimientos y desarrollos del área directiva
- Productividad y aptitud del capital humano
- Evaluación de la responsabilidad social empresarial

Por otra parte, se explica como el área administrativa en muchas ocasiones se dejaban llevar por las rutinas diarias, lo que los llevaba a perder el norte, en cuanto olvidaban el cumplimiento de las metas establecidas; es por esto, que el direccionamiento por objetivos permitió lograr establecer de manera clara y precisa los objetivos para cada área de las organizaciones y plantearse los tiempos para cumplirlos, permitiendo que cada área fuese autónoma en sus decisiones, brindándoles flexibilidad y eficacia, involucrando a cada área dentro de la organización (Druker, 2012)

Ahora bien, se hace necesario tener en cuenta cómo evoluciona los equipos comerciales a través de la formación que se les brinda, Castells (2012), establece que el ímpetu de las ventas, se base en el capital humano, puesto que, es aquel que hace cumplir las metas comerciales de las organizaciones, es el encargado de indagar y buscar toda la información pertinente para crear y planificar la negociación al momento de vender.

Asimismo, se hace preciso establecer, que los equipos comerciales como los conocemos hoy en día no siempre han existido de la misma forma, debido a que estos debieron evolucionar para lograr satisfacer las nuevas exigencias que traía la globalización. Para Castells (2012), los equipos de ventas se han dividido en diferentes etapas; surgiendo con los vendedores del siglo XIX, los cuales solo se centraban en vender los productos de las fábricas, pero que en la gran mayoría de los casos no eran parte de las organizaciones, tanto era que ni siquiera en dicha etapa se consideraba contar con un departamento encargado de las ventas.

Ya a mitad de los años 50, se inicia lo que hoy conocemos como marketing, en dicho momento de la historia, los propietarios de las empresas se vieron en la necesidad de empezar a indagar sobre cuáles eran las necesidades de sus potenciales clientes, con el fin de lograr convertir dichas necesidades en una táctica que les lograra producir mayores ventas lo que

significaba mayores ganancias. Ya en los 60, se da inicio a la etapa de fragmentación, a causa del aumento significativo de los mercados, de allí surgió la necesidad de contar con consultores, más que con vendedores, ya que estos apoyaban las operaciones realizadas con los clientes. En la década de los ochenta, los nichos de mercado, el plan de marketing y ventas, hicieron que las empresas crearan equipos comerciales que realmente asumieran estos retos en donde a través de tácticas y estrategias crearan ventajas competitivas para las compañías en las que trabajaban.

Para la década de los ochenta, los segmentos de los mercados, los planes del marketing y las ventas, produjeron que las organizaciones, elaboraran grupos de trabajo comercial, los cuales se encargaron de asumir desafíos que consistían en diseñar estrategias a través de diferentes maniobras, que le permitieran a las organizaciones donde se encontraban laborando, ser más competitivas en el mercado comercial.

Función comercial.

El funcionamiento comercial se define como, el grupo de tareas que se ejecutan con el objetivo encauzar los flujos de bienes y servicios desde las empresas que producen u ofrecen hasta que logran llegar a los consumidores (Macre, 2014).

El departamento encargado de ejecutar dichas funciones es el comercial; el cual cuenta con las siguientes funciones:

- Planear y llevar el control
- Investigar el mercado
- Promocionar y publicitar
- Vender

Realización del estudio de mercados: A través de la observación, encuesta o entrevista a los clientes, indagar el hábito de las compras, establecer las nuevas tendencias etc.

Planificación de las estrategias de marketing: establecer cuales fundamentos se establecerán para lograr un incremento significativo en las ventas.

Organización de las ventas y los servicios de posventas: Tomar la decisión de cómo se van a vender los productos y realizar una organización del área de atención al usuario.

Conformación Del Departamento De Ventas

Después de establecer cuán importante es la conformación del área comercial y la particularidad de las ventas, se hace necesario considerar adicionar o reemplazar capital humano dentro de la organización. Es por esto que se hace necesario realizar una excelente selección de personal, ya que esto significa obtener mejores resultados en las ventas (Nuñez, 2014).

Proceso comercial

El proceso comercial es descrito como el embudo de ventas, el cual se ha convertido en una estrategia de vital importancia para la gestión y el control de la fuerza de ventas (Castro, 2014).

Principios De La Organización Comercial

- Las unidades de mando.
- Los gerentes deberán conocer la cantidad de empleados que tienen a cargo.
- Deberá existir un manual de funciones
- La supervisión deberá ser oportuna y constante para que logre ser efectiva
- Se deben delegar tareas, de manera efectiva
- Equilibrio del personal
- Adaptabilidad a los cambios
- Estar dispuestos a realizar una ampliación del personal, cuando el número de clientes

aumente

- Coordinar el trabajo, buscando la armonía comercial sin interferir en las labores de los demás
- Crear la figura del personal Junior.

2.3 Marco conceptual

El siguiente marco conceptual ha sido elaborado con el fin de facilitar la comprensión de algunos conceptos utilizados en la propuesta a desarrollar permitiendo la interpretación general del trabajo. A continuación, se definen estos términos:

- **Análisis de cargos.** El análisis se relaciona con la revisión de las ocupaciones de la persona Vs. las exigencias o requerimientos físicos: aptitud, destrezas, habilidades; el conocimiento: saberes y características personales: actitud, emociones, liderazgo, recursividad, innovación; entre otras.
- **Estructura Organizativa:** Es un esquema formal de relaciones, comunicaciones, procesos de decisión, procedimientos y sistemas, dentro de un conjunto de personas, unidades, factores materiales y funciones, con vistas a conseguir los objetivos de la empresa. (Mendez. J.2004)
- **Departamento Comercial:** Es algo así como el representante del cliente dentro de la empresa. Su función se centra en la maximización de valor para el consumidor, la satisfacción plena de éste con el fin de elevar la rentabilidad de la propia empresa por el incremento de su participación en el mercado. Así pues, y en lo que se refiere a la revista, tanta importancia tiene la actividad de venta como el servicio de posventa. El primero favorece la primera compra y el segundo la repetición de la misma.
- **Movilizar Carga Internacional S.A.S.:** Es una empresa de transporte dedicada a la movilización de mercancías por vía marítima, aérea y terrestre.

- **Ecu World Wide:** Agente de Carga Internacional, líder mundial en servicios logísticos, empresa dedicada al transporte de mercancías.
- **Logística:** Considerada la gestión estratégica de la adquisición, traslado y almacenaje de materiales y productos acabados, sus informaciones relacionadas, mediante los canales de distribución, maximizando el lucro presente y futuro.
- **Interworld Freight:** Agencia de transporte internacional de carga, encargado de realizar el manejo adecuado y especializado de la mercancía vía marítima y aérea con cobertura a nivel mundial.
- **Estructura administrativa:** Es la forma en que se agrupan las unidades responsables de una dependencia o entidad, de acuerdo con una coordinación de funciones y líneas de mando jerárquicamente establecidas.
- **Estrategia Comercial:** Es un plan, una hoja de ruta que nos permitirá colocar nuestros productos o servicios en el mercado de forma rentable y continuada en el tiempo.
- **Servicio al cliente:** Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo
- **Empresa:** Es la organización encargada de producir o comercializar los bienes y servicios necesarios para satisfacer necesidades y alcanzar unos objetivos propios definidos.
- **Mercado:** Es la confluencia de compradores que tienen necesidades y recursos, y de vendedores que ofrecen productos y servicios a cambio del pago de un precio.
- **Marketing:** Conjunto de estrategias empleadas para la comercialización de un producto y para estimular su demanda

2.4 Marco legal

- **Decreto 1165 de 2019:** “Por el cual se aplica en la totalidad del Territorio Aduanero Nacional la regulación de las relaciones jurídicas que se establecen entre la administración aduanera y quienes intervienen en el ingreso, permanencia, traslado y salida de mercancías, hacia y desde Territorio Aduanero Nacional, con sujeción a la Constitución y la Ley”. (Analdex,2019).
- **Ley 7 de 1991** “Por la cual se dictan normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular el comercio exterior del país, se crea el Ministerio de Comercio Exterior, se determina la composición y funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior, se crean el Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica, se confieren unas autorizaciones y se dictan otras disposiciones”. (Congreso de la República, 1991).
- **La ley 527 de 1999** “Define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y crea las entidades de certificación, además de otras disposiciones” (Ley 527, 1999).
- **Ley 1258 de 2008 además del decreto 2020 de Junio de 2009. Basándose en la antigua ley de emprendimiento (1014 de 2006) de creación de Sociedad por Acciones Simplificada** “Por la cual se define y reglamenta toda sociedad comercial de capital, innovadora en el derecho societario colombiano. Estimula el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que posee para su constitución y funcionamiento” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2008).

- **Código de Autorregulación Publicitaria (Conarp)** “En el cual se establece que la regulación ponderada, con principios y conductas universales de respeto a la veracidad de la información, la decencia, la honestidad y a los derechos del consumidor y de los competidores, sin limitar la creatividad en aquellos aspectos que trascienden lo objetivo de la comunicación de las características del producto o servicio”. (Colombia Digital,2013)

2.5 Marco espacial

La presente investigación se llevará a cabo en el Municipio de San José de Cúcuta ubicado en el Departamento Norte de Santander, en las instalaciones de la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S. cuya oficina principal se encuentra localizada en la ciudad de Cúcuta.

2.6 Marco temporal

El desarrollo de la presente investigación se llevará a cabo en un lapso de tiempo de 4 meses según lo planteado en el cronograma de actividades.

3 DISEÑOS METODOLOGICOS

3.1 Tipo de Investigación

Con el propósito de dar cumplimiento a los objetivos de la investigación, se determina dentro del tipo cualitativo, puesto que se pretende entender los fenómenos a través de la recolección de información narrativa, estudiando las particularidades y experiencias individuales en cuanto al comportamiento de los clientes, como están estructurados los departamentos comerciales de los agentes de carga con los que trabaja la empresa, esto con el fin de determinar que estrategias se logran vincular a la propuesta planteada buscando una mejor relación con los clientes.

3.2 Método de Investigación

El método aplicado en la investigación es de tipo inductivo debido a que se parte del análisis de las funciones y procesos aplicados en departamentos comerciales, a la caracterización específica del servicio que requiere el cliente que busca el asesoramiento y ejecución de proyectos vinculados al transporte de mercancías tanto nacional como internacionalmente.

3.3 Tipo de Estudio

El tipo de estudio aplicado será el descriptivo, dado que para la creación del departamento comercial se requiere de búsqueda de información que permita la estructuración del mismo y así plantear los procesos correspondientes para la correcta prestación de servicio contando con un departamento comercial que permita una buena relación con el cliente.

3.4 Población

La población de la presente investigación es la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S como centro de desarrollo.

3.5 Muestra

La muestra seleccionada para esta investigación será no probabilística de tipo intencional dado que esta es elegida a criterio del investigador, es decir el decide si la muestra es o no representativa (Carrasco, 2011), de acuerdo a lo anterior se tomará al personal que desarrolla labores comerciales dentro de sus funciones designadas por la empresa.

3.6 Sistematización de las variables

Tabla 1. Sistematización de las variables

Objetivo	Variables	Fuentes
Analizar	Reseña histórica de la	• Bases de datos
organizacionalmente	la empresa.	• Entrevistas

empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S.	Análisis organizacional de la empresa. Elaboración de matriz DOFA de procesos actualmente manejados.	<ul style="list-style-type: none"> • Matriz DOFA
Establecer los lineamientos y procesos para la creación del departamento comercial en la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S	Lineamientos básicos para la creación del Departamento Comercial. Mejoramiento de la estructura organizacional de la empresa con enfoque al Departamento Comercial. Elaboración del procedimiento a seguir en la gestión comercial.	<ul style="list-style-type: none"> • Páginas Web • Asesoría Agentes de Carga • Asesoría directivos de la empresa • Base de datos
Identificar los perfiles calificados para cargos en el Departamento comercial.	Identificar y proponer los perfiles requeridos para el departamento comercial.	<ul style="list-style-type: none"> • Autor del proyecto • Empresa Movilizar Carga Internacional

	Elaboración de perfiles y funciones aplicables a cada cargo.	<ul style="list-style-type: none"> • Paginas oficiales de Naviera • Base de datos
Proponer estrategias de gestión del departamento Comercial.	<p>Mediante base de datos suministrada por la empresa se realizarán llamadas para ofertas los servicios.</p> <p>Manejar los medios de comunicación para enviar flayers ofertando rutas y tarifas.</p> <p>Realizar reportes donde se analicen los prospectos, el potencial de ventas y la etapa en la que se encuentran.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Autor del proyecto • Base de datos internas. • Medios de Comunicación. • Redes Sociales

3.7 Tratamiento de la información

La información obtenida durante la realización del proyecto será clasificada en primaria o secundaria según corresponda, y se le asignara la fecha en la que fueron obtenidas, de manera que se facilite el uso de la misma para los posteriores análisis a lo largo del desarrollo del proyecto. De igual forma se analizan y establecen las técnicas de recolección de información, las cuales deberán ser claves para el posterior procesamiento y presentación de la información.

3.7.1 Técnica para la recolección de la información

Para el desarrollo de este proyecto teórico – práctico, se utilizarán las siguientes técnicas de recolección de información:

- **Análisis descriptivo:** Relacionado con el estudio de documentos, encuestas, bases de datos, informes técnicos y comerciales, estudios de mercado.
- **Análisis gráfico:** Utilizado en la interpretación de datos representados en gráficas estadísticas e informativas.

En lo relacionada a las fuentes de información, se utilizarán las siguientes fuentes primarias y secundarias:

- **Fuentes primarias:** Para la recolección de información primaria se utilizará la información suministrada por la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S y su equipo directivo a través de entrevistas, asesoría de Agentes de Carga Internacionales y la información proveniente de la observación directa de las interacciones de la empresa con los clientes.
- **Fuentes secundarias:** Principalmente se ha considerado el estudio de: proyectos de grado, bases de datos, decreto aduanero vigente, Ministerio de Comercio industria y turismo, plataformas digitales CRM, Cámara de Comercio y demás relacionadas al proyecto.

3.7.2 Técnica de procesamiento de la información

La información recolectada en este proyecto se procesará de manera cualitativa. Se realizará un análisis de las empresas referentes en cuanto a estrategias manejadas actualmente como casos exitosos posiblemente adaptables a la investigación.

3.7.3 Presentación de la información

La información recopilada se presentará en herramientas que faciliten la interpretación de la misma, entre ellas, cuadros comparativos que permitan diagnosticar y conocer los elementos necesarios para llevar a cabo la estructuración del departamento comercial.

4 Análisis e interpretación de los resultados

4.1 Analizar organizacionalmente la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S

4.1.1 Reseña Histórica

Se inició el proyecto con el objetivo de satisfacer las necesidades de los exportadores e importadores de la región brindando un transporte integral que diera respuesta a la demanda en el sector marítimo y aéreo en Norte de Santander, el día 18 de Julio de 2016 inscrita bajo Matricula No 00298202 de la Cámara de Comercio de Cúcuta, es creada **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL SAS** con NIT: 900.990.694-2 ubicada en el Edificio Centro Empresarial la Estación OF 207, en la ciudad de Cúcuta, cuyo fin fue administrar y coordinar los procesos logísticos con responsabilidad y seguridad, a través del conocimiento, innovación y tecnología; cumpliendo con los estándares de seguridad, garantía y tiempos de entrega pactados con sus clientes.

Su objeto social según la cámara de comercio es:

- La coordinación y organización de embarques, consolidación de cargas de exportación o des consolidación de cargas de importación, la emisión o recepción del exterior de los documentos de transporte propios de la actividad.
- La intermediación del transporte aéreo, marítimo, fluvial, y terrestre, incluido el transporte multimodal.
- La celebración de los contratos de emisión y corretaje.
- La representación de firmas nacionales y extranjeras.
- Comercialización de todo tipo de producto en el mercado nacional e internacional, asesorías en comercio exterior y logística internacional, negociación de divisas.

- Contratar las operaciones necesarias para la logística y transporte internacional de mercancías como son: embalaje, almacenamiento, contrato de seguro y en general cualquier actividad lícita de comercio que completamente determinado trayecto de transporte.
- Prestar el servicio de transporte terrestre de carga a empresas privadas o públicas, nacionales o extranjeras, con equipos propios, alquilados o afiliados.

4.1.2 Plan estratégico de Movilizar Carga Internacional S.A.S

4.1.2.1 Misión

Administrar los procesos logísticos con responsabilidad y seguridad, a través del conocimiento, innovación y tecnología; cumpliendo con los estándares de seguridad, garantía y tiempos de entrega pactados con nuestros clientes.

4.1.2.2 Visión

Posicionar a Movilizar Carga Internacional S.A.S en el año 2020 como organización líder en procesos de logística integral en Colombia, gracias al respaldo y confianza de nuestros clientes.

4.1.2.3 Objetivos Corporativos

- Puntualidad

Nuestro principio es conocer el valor del tiempo para nuestros clientes, por eso es importante ofrecer siempre un servicio oportuno, promoviendo así la búsqueda y dela excelencia.

- Talento Humano Calificado

Fomentamos el desarrollo del talento humano para ofrecer el mejor servicio, garantizando la credibilidad y prestigio de la empresa y sus colaboradores.

- Integridad

Nuestro compromiso es destacarnos por mantener principios como: Responsabilidad, Honestidad y respeto frente a nuestros clientes.

- Juventud y experiencia

Combinamos juventud con experiencia en nuestros fines, dando prueba de eficiencia en los servicios ofrecidos, para todos y cada uno de los envíos que nos encargue.

- Rutas seguras y rápidas

Buscamos que su envío siempre se haga en la ruta más segura, rápida y sea entregada en el periodo más corto posible, aplicando las tarifas más competitivas.

- Especialistas en transporte

Trabajamos con cientos de agentes transitorios alrededor del mundo, y con la mayoría de compañías aéreas, navieras, compañías transitarías y de transporte por carretera.

4.1.2.4 Logo de la empresa



Figura 1. Logo de la empresa.

Fuente: Empresa de transporte **Movilizar Carga Internacional S.A.S.** Empresa de Servicio Público de Transporte Internacional (Aéreo, Marítimo y Terrestre).

4.1.2.5 Organigrama



Figura 2. *Organigrama Movilizar Carga Internacional S.A.S*

Fuente: Empresa de transporte Movilizar Carga Internacional S.A.S. Empresa de Servicio Público de Transporte Internacional (Aéreo, Marítimo y Terrestre).

4.1.3 Diagnostico Situacional

Implementar diagnósticos en las empresas es una herramienta que ayuda a intervenir profesionalmente los procesos actualmente desarrollados, permitiendo crear y aplicar estrategias de seguimiento para lograr mejoras en cada una de las funciones.

Según (Ponce, 2007) la matriz FODA, como instrumento viable para realizar análisis organizacionales en relación con los factores que determinan el éxito en el cumplimiento de metas, es una alternativa que motivó a efectuar el análisis para su difusión y divulgación

Para realizar el respectivo análisis de la estructura organizacional de la empresa Movilizar Carga Internacional, se ejecutó un diagnostico mediante la observación directa del área comercial de la empresa, así mismo se realizaron entrevistas a los empleados del área, obteniendo de esta herramienta de recolección de datos lo relacionado a continuación.

4.1.3.1 Diagnóstico inicial

Movilizar Carga Internacional S.A.S empresa prestadora de servicios relacionados con el transporte de carga fundada en la ciudad de Cúcuta. Desde su constitución ha sido manejada por los fundadores, uno en calidad de Subgerente quien realiza todos los aspectos correspondientes al área comercial, operativa, apoyo administrativo y el otro en calidad de Gerente, realiza todas las funciones del proceso administrativo, planeación, organización, dirección, control.

La empresa cuenta con 4 empleados fijos y 2 por prestación de servicios que básicamente se desempeñan de la siguiente manera:

- Gerente: Realiza la coordinación administrativa de la oficina y toma decisiones en conjunto con el subgerente.
- Subgerente: Encargado de buscar proveedores y clientes, hace seguimiento a las operaciones y realiza cotizaciones para cerrar negocios.
- Comercial: Coordina la asignación de carga, maneja el diligenciamiento de documentación para nuevos clientes, gestiona el proceso de facturación según ofertas comerciales, apoya al Subgerente en el seguimiento de clientes y las operaciones vigentes.
- Contabilidad: Registra transacciones, impuestos, estados financieros, caja y pagos. Realiza afiliaciones, aportes, novedades y nómina mensual.
- Auxiliar Contable: Realiza la contabilización de facturación de acuerdo a cotizaciones, controla cartera, documentación, atención general y gestión de recepción.

- Operaciones: Coordina el seguimiento a todas las operaciones (marítimas, aéreas, terrestres y de aduana), se encarga de brindar status tanto a clientes como a proveedores, realiza el diligenciamiento de documentación de aduana (mandatos).

Se debe destacar la gran capacidad de gestión de la empresa, que le ha permitido posicionarse en el mercado con buenos resultados, sin embargo, se ha encontrado que aun teniendo en cuenta lo anterior, el que el Subgerente tenga que enfrentar las decisiones comerciales, operativas y en gran parte las administrativas respecto a la toma de decisiones, pudo haber reducido el crecimiento de la empresa.

Debido a que por ser una empresa de comercio exterior los viajes han ocupado un lugar importante para el Gerente, lo que ha hecho que el subgerente se encargue varios asuntos limitando en gran parte la creación de estrategias comerciales y operativas que aumenten el flujo de clientes.

Dentro de su organización se observan como aspectos relevantes:

- En la parte operativa se valida que los requisitos del cliente están siendo verificados, esta es el área donde más se evidencia la atención al cliente respecto a la continua retroalimentación y avance en la operación, desde el inicio en cuanto a contacto con el proveedor, hasta en final notificando a la aduana y al cliente sobre el arribo, finalización de la motonave y liberación documental.
- En la parte comercial, se están dejando de contactar nuevos clientes con las estrategias que ameritan, como crear y ejecutar planes de consecución de prospectos, realizar llamadas continuas, coordinar visitas comerciales, entre otras.

Aunque esto no implica que se haya disminuido la calidad de la atención de los clientes actuales, puede haber impedido aprovechar oportunidades para ampliar el mercado.

- En la parte administrativa, la empresa le presta bastante atención a la seguridad y la confianza a la hora de gestionar a los empleados, sin embargo, esta elección se hace sin contemplar habilidades de acuerdo a un perfil del cargo y no se están evaluando los desempeños individuales del personal.

En base a esto, la empresa puede tener deficiencias en la productividad, que puede causar en la disminución de su capacidad competitiva.

Teniendo en cuenta lo anterior, se determina que el área con más necesidad de mejora es la comercial. Para ello se propone la creación de un departamento comercial para la empresa Movilizar Carga Internacional que cuente con lineamientos, funciones y procesos estandarizados que tendrán como fin la mejora de la estructura organizativa con la especialización de funciones, mejorando la delegación de autoridad y responsabilidad necesarias para el crecimiento ordenado. En estos aspectos el Gerente se encuentra muy de acuerdo.

4.1.3.2 Identificación de factores internos

- **Políticas**

Actualmente no cuenta con unas políticas claras y documentadas de la estructura organizacional.

- **Aspecto físico.**

Teniendo en cuenta la importancia de una buena ubicación que permita la cercanía a demás empresas que se relacionen con la actividad comercial, aduanas, zona franca, aeropuerto, bodegas, etc. La empresa se ha establecido en el Edificio Centro Empresarial la Estación OF 207,

conociendo el tamaño de la misma y por cuestiones de rentabilidad, les ha sido viable compartir oficina con una empresa de concretos con la cual tienen muy buenas relaciones.

Si bien la ubicación es estratégica, el compartir oficina interfiere en los asuntos internos ya que no les es posible tener privacidad en cuanto a la toma de decisiones, las visitas de clientes es compleja, algunos no sienten confianza al ver dos empresas en un mismo lugar, las reuniones se interrumpen por llamadas o asuntos de momento por la otra empresa incomodando la presencia de los visitantes inclusive de los empleados de Movilizar Carga Internacional. Sin embargo, los clientes actuales, como lo es con otras empresas del mismo tipo, terminan adecuándose a esta dinámica.

Teniendo en cuenta que la empresa está en pro de cambios y con una visión al crecimiento y expansión, tiene claro que contar con una infraestructura a la medida que vaya evolucionando es de gran importancia, ya que, para lograr mayor competitividad en el mercado, las áreas administrativas, operativas y de comunicaciones deben ajustarse a la dinámica del crecimiento empresarial y sus proyecciones.

- **Aspecto Capital Humano**

La empresa cuenta con 6 colaboradores, profesional, técnico y estudiantes universitarios en formación. De acuerdo al perfil profesional ocupan el cargo de Gerente, Subgerente, Operaciones, auxiliar contable, comercial, contabilidad.

Teniendo en cuenta la actividad económica de la empresa, los colaboradores que tienen contrato directo cuentan con la seguridad social (salud, ARL), lo estipulado en la ley. Adicionalmente y de acuerdo al desempeño laboral reciben una bonificación mensual, teniendo derecho a una liquidación conforme a la ley.

El gerente es el encargado principalmente en propiciar un buen clima laboral, con su estilo define el ambiente y la cultura organizacional, así mismo ha entregado a cada integrante las

obligaciones de su cargo, esto se ha hecho según la necesidad del momento, es decir las funciones varían según el flujo de trabajo y los requerimientos específicos, lo cual hace que se presenten inconvenientes a la hora de evaluar desempeños o responsabilidades mal ejecutadas.

No existen manuales de procesos, funciones y perfiles de cargo. La empresa tiene un proceso informal e improvisado de selección contratación, capacitación y evaluación de personal, en las cuales solo el gerente por intuición evalúa las características y circunstancias de los candidatos a un puesto de trabajo sin profundizar, elegir a la persona que más se adapte al perfil que necesita la empresa. En situaciones específicas, luego de seleccionar a la persona para un puesto de trabajo, se capacita de acuerdo a lo que la empresa requiere, principalmente en la normatividad de la empresa.

- **Aspecto de Marketing**

El mercado objetivo de la empresa Movilizar Carga Internacional se clasifica en dos: Personas Naturales y Jurídicas, importadores y exportadores de artículos electrónicos, repuestos, maquinaria agrícola e industrial, textiles, y otros artículos de amplio consumo en el país.

Para llegar a este público el Subgerente se vale de referidos principalmente, debido a su trayectoria y experiencia en otras empresas de logística y comercio internacional en las cuales ha trabajado por más de 11 años. Estas personas naturales y jurídicas han confiado en su labor y siguen refiriéndolo para la importación de estos artículos.

La finalidad de la empresa ha sido implementar diferentes acciones estratégicas para retener a su público objetivo: una excelente atención del cliente, entregar la mercancía a tiempo, brindar un servicio de calidad. Sin embargo de acuerdo a lo comunicado en las entrevistas y por observación directa la empresa desea mejorar la atención de clientes en un espacio más adecuado, pues la oficina actual no tiene el estilo ni la comodidad que se requiere.

Al momento de ofrecer el servicio, se tiene en cuenta que a quien se le ofrece, por lo general la empresa maneja clientes confiables, clientes recomendados, por esta razón, la credibilidad la dan los clientes a los cuales se les han ofrecido el servicio y están totalmente satisfechos.

Movilizar Carga Internacional desea crecer e incursionar en nuevos mercados, por eso reforzar la marca puede ser unos de los objetivos para tener en cuenta.

Con esto se ha concluido que las ventas son gestionadas sin un plan de marketing, publicidad, comunicación estructurado y aceptado.

- **Gestión de Compras**

Puesto que la empresa no es tan grande, la función de compras no es tan amplia y especializada, por lo cual no se requiere de un departamento especializado.

La empresa tiene como proveedores principales los agentes de carga y Agencias de Aduana, quienes surten el proceso de transporte y nacionalización de la carga.

Movilizar Carga Internacional no tiene un proceso de calificación y registro de proveedores, estos se mantienen con base en una relación de confianza con el Gerente. Esta mantiene un conjunto de empresas de transporte, mantenimiento, papelería, etc., que son las encargadas de suministrar todo lo necesario para el buen funcionamiento de la organización.

- **Producción del Servicio**

El proceso del servicio de asesoría que realiza la empresa Movilizar Carga Internacional está basado principalmente en coordinar la logística en cuanto al trámite de importación y exportación a sus clientes, brindándoles asesorías personalizadas con el fin de facilitarles el cumplimiento de las normas legales existentes en materia de comercio exterior.

4.1.3.3 Identificación de factores externos

4.1.3.3.1 Mercado

Movilizar Carga Internacional es una empresa principalmente de gestión y asesoría para la importación y exportación. Como se ofrece para realizar las asesorías tanto para importaciones como para exportaciones, el nivel de impacto de las condiciones de mercado está dada por el total de las exportaciones y las importaciones, puesto que opera en toda Colombia y cualquier cliente que necesite importar o exportar es un virtual posible cliente.

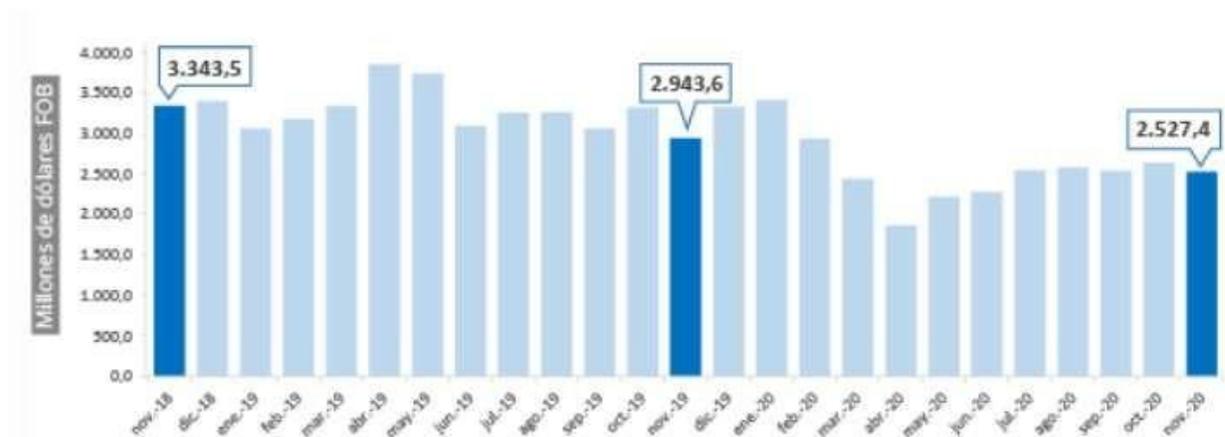


Figura 3. Exportaciones de Colombia
Fuente. DIAN, noviembre 2020.

De acuerdo con la información de exportaciones procesada por el DANE y la DIAN, en noviembre de 2020 las ventas externas del país fueron US\$2.527,4 millones FOB y presentaron una disminución de 14,1% en relación con noviembre de 2019; este resultado se explicó principalmente por la caída de 42,0% en las ventas externas del grupo de Combustibles y productos de las industrias extractivas.

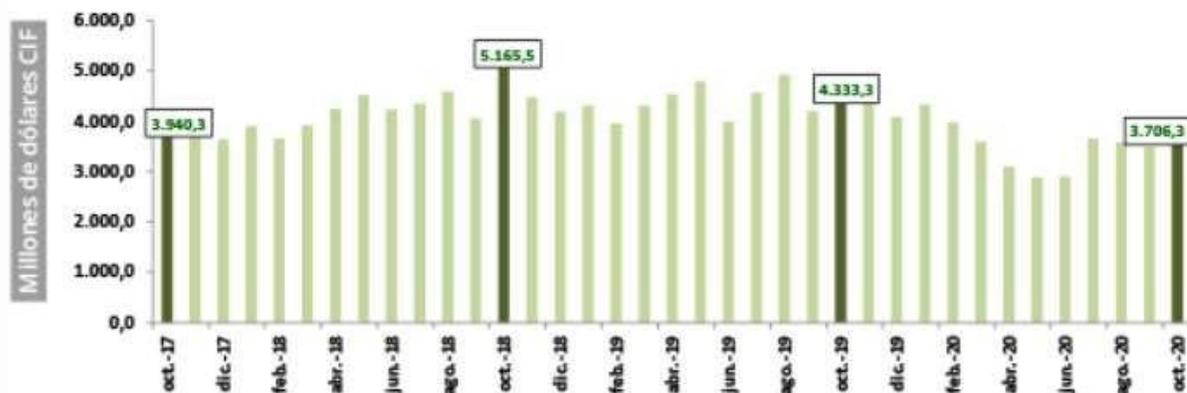


Figura 4. Importaciones de Colombia

Fuente. DIAN, octubre 2020

De acuerdo con las declaraciones de importación registradas ante la DIAN en octubre de 2020, las importaciones fueron US\$3.706,3 millones CIF y presentaron una disminución de 14,5% con relación al mismo mes de 2019. Este comportamiento obedeció principalmente a la disminución de 16,2% en el grupo de Manufacturas.

4.1.3.3.2 Clientes

Actualmente la empresa cuenta con un aproximado de 40 clientes recurrentes, los principales consumidores son empresas con la necesidad de adquirir productos que se mueven dentro del ámbito del comercio de artículos importados de bajos costos, como juguetes, textiles, artículos electrodomésticos, repuestos, de alto costo como maquinaria agrícola e industrial, entre otros. Actualmente la empresa maneja un promedio de 120 contenedores en el año, como carga LCL y FCL.

Las principales características de estos clientes son:

- Empresas pequeñas y medianas que están ubicadas en diferentes partes de Colombia, aunque el enfoque ha sido con importadores y exportadores de la ciudad de Cúcuta y sus alrededores.

- Clientes que ya saben y tienen claro que necesitan y quieren los productos y servicio que la empresa ofrece.
- Estas pequeñas y medianas empresas son más que todo almacenes, o empresas que compran y venden al por mayor.

4.1.3.3.3 Competencia

Para identificar los competidores de Movilizar Carga internacional S.A.S directos e indirectos que serán tomados como referentes; primeramente, se realizó una búsqueda de las Agencias de Aduanas ubicadas en la ciudad de Cúcuta quienes por su actividad comercial se clasifican como competencia indirecta al ser la entidad final en la logística por lo que les permite ser el contacto aliado del cliente y quien en la mayoría de ocasiones es quien coordina la operación.

Indagando por una lista de Agencias de Aduana segmentada por Niveles encontramos la lista actualizada de la Federación Colombiana de Agentes Logísticos en Comercio Internacional (FITAC), la cual mostramos a continuación:

Tabla 2. lista de Agencias de Aduana.

AFILIADOS CAPÍTULO CÚCUTA		
EMPRESA	DIRECCIÓN	TELÉFONOS
AGENCIA DE ADUANAS AVIATUR S.A. NIVEL 1	AV O No. 12-14 Edif. Lucam Piso 2 Barrio la Playa	5722519/20
AGENCIA DE ADUANAS CARLOS E. CAMPUZANO S.A.S. NIVEL 1	Av. Libertadores Zona Franca Bod E2 Ofc 2	5790910
AGENCIA DE ADUANAS COEXNORT S.A. NIVEL 1	Av 7 parque Industrial del Oriente Bod N2-B5 Zona Industrial	5781824
AGENCIA DE ADUANAS COLDEX LTDA. NIVEL 2	Av 7 No. 18N-03 Piso 2 Zona Industrial	5780499/ 5782897
AGENCIA DE ADUANAS MARIO LONDOÑO S.A. NIVEL 1	Av 7 No. 18N-50 Nuclero 1B 5-7 Parque Industrial del Oriente	5791510 / 5792516
AGENCIA DE ADUANAS MERCOS S.A.	Calle 22N. AV. Camilo	587 3700

NIVEL 1	daza No. 12-85	
AGENCIA DE ADUANAS NICO S.A. NIVEL 1	Av 7 No. 18N-50 Parque Industrial del Oriente Bod 9 N3	5875144
AGENCIA DE ADUANAS PROFESIONAL S.A. NIVEL 1 - SIAP -	Cll 10 No. 5-50 Ofc 703 - 705	5716210
AGENCIA DE ADUANAS REPRESENTACIONES J GUTIERREZ & CIA LTDA. NIVEL 1	Cll 22N Av Camilo Daza No. 12-85 Zona Industrial	5818181
AGENCIA DE ADUANAS ROLDÁN S.A. NIVEL 1	Av 3 A No. 8N-18 Zona Industrial	5780126
AGENCIA DE ADUANAS SERIMEX SARMIENTO S.A.S. NIVEL 2	Av 5 No. 16N-108 Zona Industrial	5799715 / 5781621
AGENCIA DE ADUANAS SIACO S.A.S. NIVEL 1	Av 7 No. 21N-55 CC GRAN ESTACION OFC 305	5780013
AGENCIA DE ADUANAS SUPPLA S.A. NIVEL 1	Cll 21 No. 10-25 Via Aeropuerto	5872717
ALMACENAR S.A.	Cll 21 No. 10-25 Via Aeropuerto	5872717
ALMANDINA S.A.	Cll 8 No. 8-151- La parada	5700500
ALPOPULAR S.A. ALMACENES GENERALES DE DEPÓSITO CONSIMEX S.A.	Av 7 No. 16N-55 Zona Industrial km 14 Lote 2 Anillo Vial	5783498/ 5783424 / 5849797 / 5848671
ROLDAN & CIA LTDA.	CLL 8 No. 3A-120 Zona Industrial	5782800 / 5791046
SANCARGA LTDA.	Av 7 No. 18N 50 Parque Industrial del Oriente Lote C Nucleo 3	5781643

Fuente. FITAC, 2020.

En cuanto a la competencia directa se procedió a realizar de forma tradicional la búsqueda en Google.

De acuerdo al Ranking de los operadores logísticos más importantes de Colombia que realiza cada año la revista La Nota (www.lanota.com, visto en sep/2020). En 2019, Kuehne + Nagel acrecentó su liderazgo sobre el grupo DHL con sus empresas Suppla, DHL Global Forwarding, Suppla Cargo y DHL Danzas Air & Ocean ZF, mientras que el tercer lugar lo ocupó

Blu Logistics de Colombia seguida de TCC y del Grupo Aval con Almaviva, Alpopular, Almaviva Global Cargo y Almaviva Zona Franca.

Por otro lado, entre las empresas restantes se distinguieron en 2019 por su dinamismo Transborder, Zona Logística, Seterba, Expeditors de Colombia, Intermodal, Taescol, Magnum Logistics, Bemel, Ceva Freight Management, Land Fast, Schenker, CA&L, Coltrans, Aviomar, Algranel, Hamburg Sud Colombia, JAS Forwarding de Colombia, Rafael Espinosa & Cía, Ecu Worldwide Colombia, CMA CMG Colombia, Zelsa, Elite Logística y Rendimiento, Logistics & Services, Aerosupport, Almacol, Gerleinco.

4.1.3.3.4 Entidades y Organismos de vigilancia y control

La normatividad que rige la actividad aduanera en Colombia se ha actualizado con la entrada en vigencia del Decreto 1165 de junio de 2019, llamado “El Decreto Único Aduanero” al unificar las normas aduaneras y dar claridad sobre las disposiciones vigentes, apunta a garantizar la seguridad jurídica, en tanto las normas están integradas en una sola normatividad lo que genera certidumbre en relación con la legislación aplicable.

4.1.3.3.5 Componente tecnológico

Actualmente los puertos están interconectándose a nivel mundial, aprovechando la tecnología con base en internet para prevenir riesgos y mejorar la logística. La internet ha permitido avances en aplicaciones que lograr procesar grandes cantidades de información (Big Data) manejándose a través de la propia web (Cloud Computing) con grandes avances como rapidez e interconexión segura, lo que permite asegurar que los objetivos de comercio internacional, transporte, almacenaje y entrega se realicen cumpliendo protocolos unificados a nivel mundial.

En Colombia, la DIAN finalmente es la entidad que establece las condiciones tecnológicas a partir de la regulación nacional e internacional. Está siempre actualizando los requisitos de nivel

tecnológico, por este motivo estos requerimientos se convierten en un factor externo a Movilizar Carga Internacional, y tiene que prepararse vía inversión para adecuarse a esas necesidades tecnológicas. Ha sido en su momento desde la implementación de códigos de barra para facilitar el seguimiento, hasta las innovaciones actuales de geoposicionamiento a partir de Dispositivos GPS, los cuales permiten una mejor coordinación y seguimiento entre los diversos actores de la cadena logística.

Las empresas participantes en la cadena de logística de comercio exterior deben entonces estar actualizándose tanto en dispositivos como en el manejo de la tecnología, la llegada de nuevos protocolos con nueva tecnológica, cuando ocurre su desconocimiento o poco manejo se puede convertir en una amenaza, llegando incluso estar sujeta sanciones que Determina la DIAN o enfrentarse a otros riesgos específicos (lavado de activos, contaminación). A partir de esto la Gerencia está al tanto y realiza capacitaciones en el momento que se determina las mejoras.

Los entes regulados (puertos, transportadoras, almacenes de depósitos) deben solo adecuarse a las plataformas web y de software que se le ha impuesto por reglamento de las autoridades que participan en el proceso del comercio internacional.

Otras actualizaciones necesarias se podrían establecer para aumentar la productividad, de acuerdo a la observación realizada en este trabajo, las empresas podrían incursionar en la contabilización por medio de plataformas web, esto debido a que facilita la revisión de transacciones en cualquier parte del mundo, teniendo en cuenta que los Gerentes debe realizar viajes por efectos de la atención al cliente.

Conforme al anterior análisis se relaciona los resultados del análisis DOFA.

4.1.3.4 Tabla Matriz DOFA – Análisis Interno

Tabla 3. Fortalezas y debilidades

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Equipo joven y capacitado según los requerimientos del mercado	No cuentan con un departamento comercial
Conocimiento y experiencia del Gerente y Subgerente de la empresa en el proceso general del negocio, lo cual permite rapidez de reacción ante los cambios normativos que impactan en el servicio.	Falta de certificaciones internacionales (ISO, BASC, entre otras) Proceso de selección del personal sin evidencias de revisión de perfiles
Brinda un trabajo personalizado y seguro.	No disponen de manual de funciones ni perfiles para cada cargo.
Relaciones asertivas entre clientes y proveedores.	Redes sociales sin interacción Misión y visión desactualizadas
La empresa suministra a sus empleados las prestaciones sociales pertinentes como lo indica la ley.	Desconocimiento de estrategias comerciales y operativas
En importaciones, se realiza todo el proceso correspondiente a la producción del servicio, desde la negociación con proveedor hasta la colocación del producto en la bodega del cliente.	Ausencia de evaluaciones periódicas de calidad de trabajo, cantidad de trabajo, flexibilidad, responsabilidad y conocimiento de trabajo

Fuente: Elaboración propia

OBSERVACIONES:

- De acuerdo al análisis se logra determinar poca interacción en actualizaciones recientes para mejoras en cuanto a redes sociales y procesos internos que faciliten las relaciones comerciales.
- La fuerza de trabajo joven impulsa los procesos de manera creativa y práctica permitiendo mejoras continuas.

- Indispensablemente se debe crear un departamento comercial que analice el mercado actual y proponga estrategias comerciales que cumplan con las expectativas de los clientes.

4.1.3.5 Tabla Matriz DOFA – Análisis Externo

Tabla 4. Oportunidades y amenazas

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Proveedores competitivos	Alza en fletes por combustible
Tendencia de las comercializadoras de importaciones de tercerizar algunos servicios, entre ellos los procesos logísticos de importación, lo que ocasiona oportunidades de captar nuevos clientes	Cambios en normatividad y leyes ocasionando que las entidades gubernamentales deban aumentar los controles, haciendo que la empresa no pueda cumplir su promesa de rápida nacionalización de importaciones
Aumento de exportadores e importadores en la región	El aumento del precio del dólar que afecta el precio del consumidor final en importaciones, por lo que en algunos casos se disminuye su demanda.
Importancia del transporte en la cadena logística	Falta de posicionamiento de la empresa en el mercado regional.
Reglamentaciones especiales para cargas (INCOTERMS)	Tránsitos extensos y rutas inseguras
Reapertura de la frontera	Competitividad en el mercado

Fuente: Elaboración propia

OBSERVACIONES:

- Debido a la variación del dólar se pueden presentar oportunidades y amenazas frente a las operaciones de compra y venta de mercancías.
- Gracias a las reglamentaciones que rigen las negociaciones internacionales se abren nuevas posibilidades en cuanto a apertura de mercado y transacciones confiables.

- La falta de posicionamiento de la empresa en el mercado regional causa desconocimiento en la prestación de sus servicios y la no fidelización de sus clientes.

4.2 Establecer los lineamientos y procesos para la creación del departamento comercial de la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S.

4.2.1 Procedimiento Gestión Comercial Movilizar Carga Internacional S.A.S

El rendimiento que logre el departamento comercial es clave para el adecuado desarrollo de cualquier empresa, pues de él depende en gran medida el volumen de ventas o el número de clientes que se pueden conseguir además de otras variables como la publicidad.

En función de lo planteado, **Espinosa (2012)**, comenta que la misión, la visión y los valores de una organización se pueden determinar a través de una serie de preguntas que, ajustadas a la realidad de la empresa, proporcionan una clara definición de estos tres elementos. Se trata de ser capaces de estructurar los mimbres básicos para la posterior elaboración de una estrategia organizativa.

Por consiguiente y en colaboración con la gerencia de Movilizar Carga Internacional S.A.S, se logra identificar a que están llamados como organización y los requerimientos que deben asumir para cumplir con los estándares de calidad en el departamento comercial.

4.2.1.1 Misión

Brindar a los clientes el mejor servicio de calidad proporcionando tarifas y rutas competitivas, cumpliendo con los estándares de seguridad, garantía y tiempos de entrega pactados.

4.2.1.2 Visión

Ser la primera opción para el transporte de carga por brindar un servicio de alto valor a sus clientes y contar con un equipo altamente calificado.

4.2.1.3 Valores

- **COMPROMISO:** Asumimos con profesionalidad los requerimientos acordados con el cliente.
- **COMUNICACIÓN:** Brindamos información oportuna para facilitar la toma de decisiones.
- **RESPONSABILIDAD:** En cada proceso de manera eficaz y eficiente, que se traduce en asegurar la carga y cumplir con nuestros compromisos.
- **SEGURIDAD:** Vigilamos y actuamos para que las condiciones estén seguras y evitar riesgos.
- **INTEGRIDAD Y HONESTIDAD:** Promovemos una cultura de transparencia y honestidad a través de nuestros actos, haciendo lo correcto cada día.
- **PERSEVERANCIA:** Ser constante en satisfacer las necesidades del cliente, luchando por nuestros objetivos y sobresaliendo ante los obstáculos.
- **EXCELENCIA:** Planeamos, verificamos y controlamos para lograr la mejora continua y calidad en los servicios.

4.2.1.4 Políticas Internas

- Las funciones y procesos que se describen a continuación deberán actualizarse según los requerimientos necesarios de la empresa.

- La empresa se compromete con la calidad, documentando procedimientos, dejando registros de la operación y propendiendo por la satisfacción del cliente, accionistas, empleados y proveedores.
- La empresa se compromete con la no discriminación por género, raza, religión y se adhiere a los principios de trabajo justo.
- La empresa busca cumplir la ley laboral, civil y comercial en todas sus actuaciones y el respeto por las condiciones pactadas, manteniendo el principio de buena fe y confidencialidad.
- La empresa se compromete con la protección y promoción de la salud de los trabajadores, procurando su integridad física mediante el control de los riesgos, el mejoramiento continuo de los procesos y la protección del medio ambiente.
- Se prohíbe el trabajo bajo los efectos de alcohol, trabajo o drogas. Todo trabajador que conduzca algún vehículo debe garantizar cumplimiento de medidas de seguridad vial.
- Únicamente se podrá negociar con proveedores y contratistas aprobados, previa calificación objetiva alineada a todas las políticas y principios de la empresa, principalmente calidad, seguridad, innovación, compromiso y responsabilidad. Ningún trabajador recibiría prebendas para seleccionar a un proveedor o contratista.
- La empresa mantiene en alto el compromiso ético, que significa siempre hacer lo correcto, de forma correcta, tanto en lo personal como en los negocios, observando los principios honestidad, sinceridad, justicia, equidad, respeto, dignidad y responsabilidad.

4.2.1.5 Política de Competitividad

- Satisfacer las necesidades de nuestros clientes, cumpliendo con sus requerimientos.
- Otorgar valor agregado a través de servicios competitivos de calidad, y asegurando así la complacencia de nuestros clientes, generando prestigio general a nuestra empresa y equipo de trabajo.

4.2.1.6 Objetivos Estratégicos

- Incrementar la rentabilidad para el año 2021
- Establecer el departamento comercial
- Buscar nuevos aliados estratégicos que permitan apoyar la operación
- Realizar el sistema de gestión, con la creación de manuales y formatos

4.2.1.7 Creación del departamento comercial

Para la creación del departamento comercial se tuvieron en cuenta un manual de gestión del departamento y un perfil de cargos, en estos se miden la identificación de requisitos de los potenciales clientes, elaboración y aprobación de la cotización, contrato u orden de servicios, atención al cliente, servicio postventa, seguimiento a la satisfacción del cliente, gestión del mercadeo, gestión de publicidad, distribución de cargos por niveles, elementos de perfiles de cargos, gestión por competencia, características de los cargos, con todo esto y la buena administración del departamento comercial se cumplen con los objetivos propuestos para el año.

4.2.1.8 Organigrama

La estructura organizacional es la base de los procesos que se ejecutan en una empresa, la misma debe interpretarse como “la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades en una organización, así como las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre los

gerentes y entre los empleados” (Minsal D. – Perez Y., 2007), en base a lo anterior se presenta la estructura organizacional funcional como estrategia en la presentación de los procesos pues reúne en un departamento a todas las personas que se dedican a manejar actividades relacionadas, implementada actualmente en pequeñas empresas que ofrecen una línea limitada de servicios ya que permite aprovechar con eficiencia los recursos especializados.

4.2.1.9 Características de la estructura organizacional funcional

Es el tipo de estructura organizacional, en la cual se aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones para cada tarea, algunas características aplicables al tipo de estructura según (Minsal D. – Perez Y., 2007) son:

- Autoridad funcional o dividida:
Es una autoridad que se sustenta en el conocimiento. Ningún superior tiene autoridad total sobre los subordinados, sino autoridad parcial y relativa.
- Línea directa de comunicación:
Directa y sin intermediarios, busca la mayor rapidez posible en las comunicaciones entre los diferentes niveles.
- Descentralización de las decisiones:
Las decisiones se delegan a los órganos o cargos especializados.
- Énfasis en la especialización:
Especialización de todos los órganos a cargo

Se propone modificar el organigrama de la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S, agregándole los 3 cargos correspondientes del departamento comercial quedando de la siguiente manera.

Coordinador Comercial

Es el encargado de planear, supervisar, controlar y dar seguimiento al proceso comercial estratégico de la empresa, asegurando que se cumplan de manera efectiva las políticas internas y comerciales, así como la implementación del plan de mercadeo, la definición y aplicación de las estrategias de ventas y el logro de los objetivos presupuestales y de aseguramiento de la calidad del servicio prestado.

Ejecutiva Comercial

Perfil Comercial que se caracteriza porque se desplaza de la oficina, se encargará de la venta y promoción de los servicios de la empresa, además de prospectar y buscar clientes potenciales a nivel corporativo, deberá presentar estrategias para el seguimiento de clientes y lograr cierres de contratos. Alcanzar sus objetivos y metas de ventas.

Inside Sales

Perfil Comercial que se caracteriza porque no se desplaza de la oficina, se encargará de realizar ventas telefónicas, prospección de clientes, atención a clientes, administración de información comercial de precios y servicios, rescate de cartera de clientes y apertura de clientes.



Figura 5. Organigrama Funcional de la empresa propuesto.

Fuente: Elaboración propia junto con el Gerente de la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S

4.2.1.10 Objetivo General del departamento comercial

Establecer el procedimiento a seguir para realizar de manera eficiente la gestión comercial aplicada a los importadores y exportadores ubicados nacional e internacionalmente por

MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.

4.2.1.11 Objetivos específicos del departamento comercial

OBJETIVOS	RESPONSABLE	ENTREGA	ACTIVIDADES PARA CUMPLIR EL OBJETIVO
Realizar la selección del Coordinador Comercial	Gerente	Marzo de 2020	Realizar la convocatoria y selección de hojas de vida Entrevistar y seleccionar Realizar contratación y afiliación Realizar entrenamiento en los procesos y objetivos
Realizar el presupuesto	Coordinador Comercial	Marzo de 2020	Recopilar información Realizar el presupuesto Presentar el presupuesto
Realizar el plan de mercadeo	Coordinador comercial	Marzo de 2020	Preparar el plan de trabajo Realizar la investigación de mercado y recopilar información Realizar reuniones para el análisis de la información Realizar el plan de mercado Presentar el plan de mercado Obtener y revisar las listas de precios de competidores
Actualizar el portafolio de servicio	Coordinador comercial	Marzo de 2020	Revisar nuestra lista de precio y comparar con competidores Obtener y definir los textos e imágenes del catalogo Aprobar el diseño Imprimir portafolio de servicios
Capacitar a todo el personal en atención al cliente	Coordinador comercial	Abril de 2020	Realizar el plan de capacitación Revisar y contratar capacitadores Ejecutar la capacitación Evaluar la capacitación

Establecer alianzas con socios estratégicos	Coordinador comercial	Abril de 2020	Realizar citas Preparar convenios Reuniones para aprobar convenios Ejecutar convenios
Realizar los manuales de los procesos y perfiles.	Coordinador comercial	Mayo de 2020	Preparar el plan de trabajo Realizar la investigación y recopilar información Realizar reuniones para el análisis de la información Realizar los documentos Presentar los documentos Realizar la convocatoria y selección de hojas de vida
Contratar a la Ejecutiva Comercial	Gerente – Coordinador Comercial	Septiembre de 2020	Entrevistar y seleccionar Realizar contratación y afiliación Realizar entrenamiento en los procesos y objetivos
Contratar al Inside Sales	Gerente Coordinador Comercial	– Diciembre de 2020	Realizar la convocatoria y selección de hojas de vida Entrevistar y seleccionar Realizar contratación y afiliación Realizar entrenamiento en los procesos y objetivos

4.2.1.12 Servicios manejados

- Transporte Aéreo

Coordinación efectiva y ágil para operaciones Logísticas Aéreas, alianzas fuertes y estratégicas a nivel mundial con red de agentes movilizando carga con las principales aerolíneas.

- Importación y Exportación Aérea.
- Servicio de Consolidaciones aéreas.
- Manejo especial para Mercancías Peligrosas

- Transporte Marítimo

Las excelentes relaciones con las navieras más reconocidas y respetadas del mundo, permiten brindar tarifas competitivas, respaldo y cumplimiento a nuestros clientes.

- Importación y Exportación FCL (Full Container Load)
- Importación y Exportación LCL (Less Container Load)
- Soluciones Multimodal
- Logística para mercancía con control de temperatura y perecederos
 - Transporte Terrestre

Transporte con cobertura nacional y pasos de frontera, siempre prestando información oportuna y seguridad a los clientes y su carga.

- Compras internacionales en China

Nuestro servicio permite comprar a precios más competitivos y recibir sus órdenes más rápido. Damos seguimiento de su compra desde la transacción inicial hasta el destino final.

- Seguro de Carga

Seguro de carga internacional con cobertura total, Door to Door

- Agenciamiento Aduanero

Se coordinan trámites pertinentes a la nacionalización o exportación de mercancías, cumpliendo con todas las reglamentaciones vigentes exigidas por las autoridades.

4.2.1.13 Condiciones generales

Dentro de este procedimiento se contemplan los siguientes aspectos:

- Toda oferta o cotización comercial debe estar respaldada por una solicitud de cotización del cliente, enviada por email o vía WhatsApp.
- El ingreso de nuevos clientes a la empresa debe ser respaldado por la documentación correspondiente.
- Conocer la información básica de cada embarque (origen, destino, volumen, dimensiones y tipo de carga).

4.2.2 Manual del proceso comercial

4.2.2.1 Objetivo

Cerrar negocios exitosos cumpliendo las metas de ventas establecidas, con la máxima satisfacción del cliente.

4.2.2.2 Alcance

Aplicable a todo el proceso de gestión comercial que se realicen en **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.**

4.2.2.3 Definiciones

Cotización: Documento donde se plasman la descripción, cantidades, días, precios unitarios, precios totales, impuestos y valor a pagar por cada servicio.

Orden servicio: Documento donde se evidencia el objetivo de trabajo, lugar, tiempo y modo para el pago, con el compromiso del cliente. Usualmente es emitido por el cliente dentro de sus procesos y muchas veces es firmado por el departamento de compras.

Satisfacción del cliente: Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido los requisitos.

Requisito: Necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria.

4.2.2.4 Identificación de los requisitos del cliente

Se identifican a fondo las necesidades de los clientes y todos los requisitos del servicio, se presta especial atención a determinar con la debida anticipación requisitos adicionales a los pactados por el cliente, estos pueden incluir:

- Requisitos no explícitos, pero requeridos para la prestación del servicio.
- Requisitos legales o reglamentarios relacionados con el servicio.
- Requisitos propios de la empresa, derivado del plan estratégico.

La Ejecutiva Comercial, por medio de visitas, correos y/o llamadas telefónicas se contacta con el cliente para presentar la empresa, o en otros casos los clientes contactan directamente a la empresa solicitando los servicios específicos que requiera, siendo esta la forma de identificar los requisitos del cliente.

La identificación de requisitos del cliente, adicionalmente se da en la búsqueda continua con bases de datos y páginas web, con el objetivo de presentar información acerca del servicio que requiere, realizar propuestas y cotizaciones.

Búsqueda de contactos comerciales

- Se analizan rutas de visitas para indagar oportunidades investigando análisis de peticiones de clientes en el mercado.
- Se contactan fuentes de información como socios, conocidos o amigos, previa averiguación tendencias del sector.
- Se realiza la visita a contactos previamente establecidos.
- Según la estrategia establecida por el Coordinador Comercial trimestralmente se establece las acciones de cada ejecutivo comercial.
- Con la ruta escogida se envía un correo a la Ejecutiva Comercial para información y control.
- Se entregan materiales y recursos para la acción por parte del Coordinador Comercial.

Investigación de los requisitos del cliente

Cualquier empleado puede identificar una oportunidad de negocio, cuando esto suceda se envía correo electrónico a la Ejecutiva Comercial o Inside Sales y se registra en el FO-GC -02 FORMATO SEGUIMIENTO A PROSPECTOS, donde se coloca empresa, nombre de contacto, y condiciones, esto para hacer apoyo y seguimiento.

La Ejecutiva Comercial o Inside Sales, deberá indagar al cliente con anticipación para conocer los requisitos del servicio y verificar información de condiciones técnicas, objetivo, alcance, día, fecha y hora, antes de preparar la cotización.

En caso de tratarse de una operación especial se recomienda consultar siempre con el Coordinador Comercial la disponibilidad del servicio antes de emitir la posibilidad al cliente, esto implica revisar si se cuenta con proveedores.

Cuando el cliente es nuevo, se debe realizar el análisis del cliente mediante el FO-GC-05 **FORMATO DE VALORACIÓN O ESTADO DE RIESGO**.

Si es necesario realizar estudio de crédito, no se puede dar posibilidad del cliente hasta tanto no se obtenga la nota de la Gerencia.

¿Se han acordado las diferencias con el cliente? ¿Existe tiempo correcto para preparar el servicio? ¿Hay disponibilidad?

NO: Se deben agotar todas las posibilidades de realizar el servicio aun cuando las condiciones ameriten siempre que sea rentable. Si el servicio no se amolda a las posibilidades reales de la empresa se debe respetuosamente denegar el servicio, de no hacerlo sería más grave prometer un servicio que puede incumplirse.

SI: Se pasa a realizar la oferta comercial, solo cuando se evidencie que los requisitos del cliente y los legales han sido verificados.

4.2.2.5 Elaboración y aprobación de la Oferta Comercial

Al verificar los requisitos del cliente, se elabora una Cotización FO-GC -03 **FORMATO OFERTA COMERCIAL**, donde se evidencia las condiciones acordadas con el Ejecutivo Comercial. Esta cotización se debe realizar de acuerdo a lista de precios previamente establecida por el equipo comercial.

Aprobada la cotización, inmediatamente la Ejecutiva Comercial le abrirá el DO e incluirá la oferta del proveedor junto con la cotización previamente aceptada y entregará al área de operaciones para que continúe con el trámite.

4.2.2.6 Atención de clientes

Cualquier empleado de Movilizar Carga Internacional S.A.S, debe reconocer qué hacer en el momento en que es abordado por un cliente externo, sin necesidad de pertenecer al área comercial. Lo importante es saber cómo responderles a los clientes.

Llamadas telefónicas

En el caso de atender una llamada, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Saludar amablemente respondiendo “¿Movilizar Carga Internacional?, ¿habla (Su Nombre), En qué le puedo colaborar? “
- Mantener la tranquilidad teniendo en cuenta que es el cliente quien requiere el servicio espera lo mejor de nosotros, manteniendo un buen ritmo al hablar, ni muy deprisa ni muy despacio.
- Explicarle que en el mismo momento no se le puede dar o entregar la información de precios vía telefónica, pero que lo más pronto posible se pondrán en contacto con él.
- Solicitar muy amablemente la información básica completa como: nombre de empresa/persona, número telefónico/celular o correo electrónico. Y si es posible la necesidad de él.
- Enviar toda esa información a los correos del departamento comercial y confirmar con éstos la información.

Atención Personal

En el caso de atender personalmente a un cliente, se recomienda demostrar actitudes positivas, saludar amablemente y mantener la tranquilidad escuchando al cliente. Solicitar también la misma información citada anteriormente.

Además de los procesos de atención de solicitudes de servicio, la organización define otras actividades necesarias para atender otro tipo de solicitudes relacionadas con sus servicios, como son:

Solicitudes de información sobre servicios. El Coordinador del departamento Comercial, permanentemente están informando al cliente todo lo relacionado con los servicios a través de llamadas telefónicas, correos electrónicos y visitas.

- Quejas y reclamos. Las actividades de atención, respuesta y seguimiento a quejas y reclamos.
- Consultas y modificaciones sobre cotizaciones ya realizadas. En caso de requerirse.
- Comunica al cliente, la etapa en la cual se encuentra el servicio solicitado.
- Registra las adiciones, modificaciones a las órdenes de servicio.
- Realiza y registra acuerdos con el cliente respecto a modificaciones en las especificaciones de los documentos o en la prestación del servicio.

4.2.2.7 Servicio posventa

Actualización de datos de clientes: Cada año en los meses de enero y febrero se solicita actualización de datos a todos los clientes, pidiendo el diligenciamiento del FO-COM-01 FORMATO IDENTIFICACIÓN CLIENTE CIRCULAR 170 y recepcionando la información requerida en el FO-GC-04 FORMATO SOLICITUD DOCUMENTACIÓN LEGAL

Garantía: La empresa solo brinda garantía durante el tiempo del servicio.

Control de datos del cliente: La empresa se asegura de que los documentos del cliente solo sean accedidos por personas autorizadas. Procurando la máxima confidencialidad.

Facturación: El equipo comercial se debe asegurar que el servicio de facture en debida forma cumpliendo el procedimiento de Contabilidad y Finanzas. El coordinador del departamento comercial se asegura que todos los comerciales estén pendientes de la facturación.

Cobro: La Ejecutiva Comercial o Inside Sales participa de las acciones de cobro de su cliente, para efectos de mantener las buenas relaciones, de acuerdo al procedimiento de Contabilidad. El coordinador del departamento comercial se asegura que los comerciales estén pendientes del cobro a su cliente.

4.2.2.8 Seguimiento a la satisfacción del cliente

Finalizada la prestación del servicio el equipo comercial se comunicará con al cliente para conocer la percepción del cliente frente al servicio prestado.

Una vez recopilados los comentarios del cliente, se procede a consolidar y evaluar la información para presentar los resultados al Coordinador Comercial y a Gerencia.

4.2.2.9 Gestión de mercadeo

- El plan de Mercadeo es realizado por el Coordinador del departamento Comercial en enero de cada año, teniendo bajo cronograma la evaluación trimestralmente y sabiendo que el desarrollo del mismo es prerequisite para actualizar el plan estratégico
- El plan de mercadeo como documento escrito básicamente describe como alcanzar los objetivos de venta estimados para el año actual, dando las características de los clientes potenciales, basándose en el plan estratégico actual.

- El Plan de ventas determina el nivel de ingresos estimados por mes, por ciudades y por el comercial para el año que inicia.
- Política de comisiones de ventas
- Se establece comisión relacionada en USD, en un rango de USD 30 mínimo y USD 70 máximo, para personas naturales y personas jurídicas. El valor final estará determinado por la utilidad final que obtenga la empresa a la hora de liquidar la operación.

4.2.2.10 Gestión de la publicidad

Portafolio de servicios: La empresa realiza portafolio de servicios de acuerdo al plan de mercadeo, revisando los servicios y bienes que ofertan estén de acuerdo al mercado y los objetivos de la empresa.

Página web: La página web debe monitorearse semanalmente. Se debe verificar las solicitudes del contacto web diariamente. Se debe revisar los textos de la página web mensualmente y actualizar de acuerdo de las tendencias del sector, entrando con el administrador de contenido.

A través de la página web se ha habilitado un formulario de contacto, donde se podrá enviar solicitudes de cotizaciones que son recibidos por el Coordinador del Departamento Comercial.

Campañas de Publicidad: La empresa realiza acciones de publicidad en redes sociales donde se persigue posicionar la imagen de la empresa en la web. Estas campañas son administradas por el Coordinador del Departamento Comercial.

4.2.3 Procesos a cargo del Coordinador del departamento

Comercial Vinculación Proveedores

Para realizar la vinculación de proveedores se propone un procedimiento por medio del cual antes de elegir a un proveedor se deberá verificar que el mismo no tenga vínculos con grupos ilegales, o se encuentre permeado de cualquier tipo con la delincuencia común u organizada.

Para poder dar cumplimiento a esto se procede a verificar:

- I. Antecedentes de las personas registradas en la Cámara de Comercio de la razón social del aspirante a proveedor.
- II. Verificar que estas personas no aparezcan en la Lista Clinton.
- III. Solicitar la documentación legal de la compañía indicada en el formato FO-GC-01 **FORMATO DE VINCULACIÓN A PROVEEDORES**. Dicha documentación debe enviarse completa, como lo requiere el formato, y debe ser remitida por este medio. Una vez se recibe la documentación completa se le informara por correo el puntaje de selección como proveedor de la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S.
- IV. Presentación del formato FO-GC-01 **Formato de Vinculación a Proveedores**. (Este formato debe ser diligenciado, firmado por el representante legal).

Búsqueda de clientes potenciales

La empresa deberá poseer bases de datos donde se obtenga información y estadísticas verídicas de las operaciones de importadores y exportadores, dicha labor servirá para conocer nuevos prospectos y dar terminación a la labor encomendada.

Para dar cumplimiento a esto se procede a:

- I. Acceder a la base de datos proporcionada por la empresa, filtrar, clasificar y organizar en el FO-GC -02 **FORMATO SEGUIMIENTO A PROSPECTOS**, las siguientes variables requeridas para el estudio del prospecto.

- NIT del importador
 - Razón social del importador
 - Teléfono
 - Dirección
 - Email
 - Nombre de la persona de contacto
 - Orígenes/Destinos
 - Frecuencia de operaciones
 - Comentarios sobre el seguimiento.
- II. Entregar dicha información a la Ejecutiva Comercial o Inside quienes se encargarán del contacto directo con cada prospecto.

Alianzas Estratégicas

Gulati R. (1998) se refiere al término alianzas estratégicas como las relaciones voluntarias entre organizaciones en uno o varias esferas de actividad en el que ambas partes regulan su comportamiento futuro a través de la mutua tolerancia.

Las alianzas estratégicas deben estar presente en cada organización, para dar cumplimiento se procede a:

- I. Organizar semestralmente el FO-GC -03 FORMATO ALIANZAS ESTRATÉGICAS, donde se plantean instituciones, agentes de aduana, universidades que ayudaran a impulsar el acceso a nuevos mercados, entre ellos se proponen:
- Universidad Francisco de Paula Santander
 - Universidad Simón Bolívar
 - Cámara de Comercio de Cúcuta
 - PROCOLOMBIA

- Agencia de Aduana Serimex Sarmiento
 - Agencia de Aduana Campuzano
 - Agencia de Aduana Arnel S.A.S
 - Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)
 - ASOPARTES
- II. Ubicar, contactar y agendar citas comerciales donde se expongan propuestas para cada una de las partes.

Vinculación Clientes

La vinculación de clientes se gestionará una vez la ejecutiva comercial cierre la negociación con el prospecto, el cual se convertirá en cliente en el momento en que cumpla con los requisitos y estudios que se mencionaran a continuación:

- I. Solicitar documentación legal contenida en el FO-GC-04 FORMATO SOLICITUD DOCUMENTACIÓN LEGAL, es completamente necesario tener la totalidad de los documentos previo al inicio de cualquier operación.
- II. Realizar estudio aplicando el FO-GC-05 FORMATO DE VALORACIÓN O ESTADO DE RIESGO, a cada empresa, allí se deberán generar las respectivas conclusiones y recomendaciones. Una vez ejecutado el estudio se solicitará la aprobación por parte de gerencia o en su defecto, directamente por el Coordinador Comercial.
- III. Presentación de formatos para vinculación de cliente, estos se recibirán firmados por el representante legal o autorizado y autenticado según sea el requerimiento.

FO-COM-01 IDENTIFICACIÓN CLIENTE CIRCULAR 170

En cumplimiento a lo dispuesto por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales mediante la Circular Externa 0170 del 10/10/02, les solicitamos diligenciar este formulario con sus datos como requisito indispensable para llevar a cabo las operaciones de Comercio ya que nuestra obligación, como prestadores del servicio de Transporte de Carga, es crear un banco de datos – CONFIDENCIAL- que contenga como mínimo la información básica de la empresa.

FO-COM-02 ACUERDO DE SEGURIDAD (CLIENTE EXPORTADOR)

Movilizar Carga Internacional S.A.S junto con el cliente exportador y en compromiso con sus políticas de Seguridad, establece un mutuo acuerdo de cooperación con el fin de evitar actividades que involucren lavado de activos, narcotráfico o contrabando de mercancías ilícitas en cualquiera de sus procesos.

FO-COM-03 ACUERDO DE SEGURIDAD (CLIENTE IMPORTADOR)

Movilizar Carga Internacional S.A.S junto con el cliente Importador y en compromiso con sus políticas de Seguridad, establece un mutuo acuerdo de cooperación con el fin de evitar actividades que involucren lavado de activos, narcotráfico o contrabando de mercancías ilícitas en cualquiera de sus procesos.

FO-COM-04 AUTORIZACIÓN CENTRALES DE RIESGO

El objetivo de esta autorización es poder acceder a la referida información, con la finalidad de verificar el historial y comportamiento crediticio y financiero del cliente.

FO-COM-05 VISITA DE SEGURIDAD CLIENTE

Es una herramienta de diagnóstico y evaluación que permite constatar y verificar la información obtenida por otros medios acerca de la trayectoria y domicilio del cliente.

FO-COM-06 AUTORIZACIÓN DE TRATAMIENTO DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

Dando cumplimiento a lo dispuesto en la Ley 1581 de 2012, "Por el cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales" y de conformidad con lo señalado en el Decreto 1377 de 2013, con la firma de este documento se manifiesta que MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S. actuará como responsable del tratamiento de datos personales de los cuales el cliente es titular, conjunta o separadamente podrá recolectar, usar y tratar datos personales conforme la Política de Tratamiento de Datos Personales de la empresa.

FO-COM-07 CARTA DE GARANTÍA DE CONTENEDORES

La presente Carta de Garantía tiene por objeto autorizarle a MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S. para que libere los contenedores mencionados, en la seguridad de que el pago de los daños, demoras y/o limpiezas que se presenten al momento de la devolución de los contenedores vacíos a los depósitos, están garantizados por nuestra empresa, a pesar de que los BL sean endosados a favor de todos nuestros clientes.

FO-COM-08 CARTA DE GARANTÍA FLETES

El objeto de la presente carta de garantía es que MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S., constituye compromiso formal con el cliente donde el mismo se compromete con el pago de los fletes marítimos /aéreos y de transporte terrestre correspondientes a los embarques de importación y exportación que la empresa efectúe, es decir que autoriza a sus oficinas portuarias a entregar a los representantes del consignee en puerto los conocimientos de embarque originales y liberados correspondientes a dicha factura, estando garantizado el pago total por este documento según lo antes expuesto.

FO-COM-09 CARTA DE INSTRUCCIONES PAGARÉ

El pagaré podrá ser diligenciado en caso de que se adeude cualquier suma de dinero a MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL SAS, en especial cuando se incumpla con el pago de la(s) Factura(s) Cambiaria(s) de Transporte o la relación de éstas, originada(s) por el Contrato de Transporte celebrado entre las partes, sin necesidad que medie requerimiento judicial o extrajudicial alguno

FO-COM-10 PAGARÉ

MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S. podrá exigir el pago inmediato de las obligaciones ya sea judicial o extrajudicialmente cuando él (los) deudor(es) entre(n) en mora o incumpla cualquiera de las obligaciones del presente documento y/o del Contrato de Transporte suscrito entre las partes.

- I. Una vez los documentos sean recepcionados se entregarán a la ejecutiva comercial para que culmine el proceso de registro creando el correspondiente archivo en el folder de clientes.

4.2.4 Procesos a cargo del Ejecutivo Comercial

Comunicación con prospectos

Una vez que tenga claro a que empresas debe llamar realice el proceso de comunicación con estas teniendo en cuenta las siguientes pautas:

- I. Una vez le contesten salude formalmente al receptor, deje claro su nombre y el de la empresa.
- II. Pida que le comuniquen con la persona encargada de comercio exterior, de no poder ser comunicado con esta persona pida algún correo electrónico o número de teléfono para comunicarse con este, además del nombre.

- III. Si logra comunicarse con la persona encargada de comercio exterior, infórmele sobre la actividad que realiza la empresa, así como el lugar en el que está ubicada.
- IV. De acuerdo a la información suministrada por la persona con la cual está hablando ofrezca realizar alguna cotización y/o cita para tener un contacto más cercano, de igual forma pida el correo electrónico.

Actualización de la base de datos

Una vez realizada la primera comunicación con la empresa y haya obtenido datos de esta diríjase a la base de datos que ha creado anteriormente y actualícela.

Debe agregar todo aquello que le hayan suministrado como correo electrónico, persona de contacto, orígenes, entre otros que haya obtenido.

Envío de información corporativa

Una vez finalizada la llamada con la empresa proceda a enviar un email al correo suministrado por estos, anexando el formato de inicio de contacto, así como el Brochure Corporativo de MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL.

Seguimiento labor comercial

Tenga en cuenta el día en el que se realizó la primera llamada y a partir de esta y de los comentarios recibidos programe un día para el seguimiento.

Cuando realice nuevamente contacto con la empresa debe preguntar lo siguiente:

- Recibido del correo.
- Comentarios acerca de la información suministrada.
- Sugerir cotización o cita.

Tenga en cuenta que debe realizar este proceso las veces que sea necesario hasta que logre concretar algún negocio o el cliente le diga que no está interesado.

Resultados de la labor comercial

Si ha recibido alguna cotización o agendamiento de citas comuníquese al encargado de estas para organizar lo concerniente e iniciar la relación comercial.

4.2.5 Procesos a cargo del Inside Sales

Comunicación con prospectos

Una vez que tenga claro a que empresas debe llamar realice el proceso de comunicación con estas teniendo en cuenta las siguientes pautas:

- V. Una vez le contesten salude formalmente al receptor, deje claro su nombre y el de la empresa.
- VI. Pida que le comuniquen con la persona encargada de comercio exterior, de no poder ser comunicado con esta persona pida algún correo electrónico o número de teléfono para comunicarse con este, además del nombre.
- VII. Si logra comunicarse con la persona encargada de comercio exterior, infórmele sobre la actividad que realiza la empresa, así como el lugar en el que está ubicada.
- VIII. De acuerdo a la información suministrada por la persona con la cual está hablando ofrezca realizar alguna cotización y/o cita para tener un contacto más cercano, de igual forma pida el correo electrónico.

Actualización de la base de datos

Una vez realizada la primera comunicación con la empresa y haya obtenido datos de esta diríjase a la base de datos que ha creado anteriormente y actualícela.

Debe agregar todo aquello que le hayan suministrado como correo electrónico, persona de contacto, orígenes, entre otros que haya obtenido.

Envío de información corporativa

Una vez finalizada la llamada con la empresa proceda a enviar un email al correo suministrado por estos, anexando el formato de inicio de contacto, así como el Brochure Corporativo de MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL.

Seguimiento labor comercial

Tenga en cuenta el día en el que se realizó la primera llamada y a partir de esta y de los comentarios recibidos programe un día para el seguimiento.

Cuando realice nuevamente contacto con la empresa debe preguntar lo siguiente:

- Recibido del correo.
- Comentarios acerca de la información suministrada.
- Sugerir cotización o cita.

Tenga en cuenta que debe realizar este proceso las veces que sea necesario hasta que logre concretar algún negocio o el cliente le diga que no está interesado.

Resultados de la labor comercial

Si ha recibido alguna cotización o agendamiento de citas comuníquesele al encargado de estas para organizar lo concerniente e iniciar la relación comercial.

4.3 Identificar los perfiles calificados para cargos en el departamento comercial.

4.3.1 Manual de perfiles para los cargos del departamento comercial

4.3.1.1 Objetivo

Establecer las competencias laborales, las funciones y los requisitos mínimos exigidos para el desempeño de los cargos del personal del departamento comercial de MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S

4.3.1.2 Alcance

Este manual aplica a todos los cargos del Departamento Comercial de la empresa

4.3.1.3 Definiciones

Competencia: Conjunto de capacidades socio afectivas y habilidades cognitivas, psicológicas y motrices, que permiten a la persona llevar a cabo de manera adecuada, una actividad, un papel, una función, utilizando los conocimientos, actitudes y valores que posee.

Cargo: Es la reunión de todas aquellas actividades realizadas por una sola persona, que pueden unificarse en un solo concepto y ocupa un lugar formal en el organigrama.

Experiencia Laboral: Es el tiempo que la persona puede demostrar que ha laborado en otras empresas en cargos o acciones similares y que esta soportado por constancias reconocidas.

Formación Académica: Apartado donde se especifican los estudios que ha realizado el empleado, entendiéndose por estudios, los conocimientos académicos adquiridos en instituciones públicas o privadas, debidamente reconocidas por el Gobierno Nacional, correspondientes a la educación básica primaria, básica secundaria, media vocacional; superior en los programas de pregrado en las modalidades de formación técnica profesional, tecnológica y profesional, y en programas de postgrado en las modalidades de especialización, maestría, doctorado y postdoctorado.

Función: Conjunto de tareas o actividades, asignadas a un funcionario, orientadas hacia un objetivo común.

Habilidad: Es el potencial que el ser humano tiene para adquirir y manejar nuevos conocimientos y destrezas. Aquellas desarrolladas por las personas, dependiendo de su capacidad para desarrollarse como individuo, ante los requerimientos particulares de un oficio. Capacidad de desempeñar cierta tarea física o mental.

Perfil del Cargo: El perfil es el conjunto de características generales y específicas que debe tener alguien para desempeñar de buena forma el cargo.

Tarea o actividad: Una unidad de trabajo "organizada discretamente" (que se puede asignar a un puesto de trabajo u otro), con un principio y un fin claramente definidos, realizada por un individuo para conseguir las metas de un puesto de trabajo. Acto o secuencia de actos agrupados en el tiempo, destinados a contribuir a un resultado final específico, para el alcance de un objetivo.

4.3.1.4 Distribución de cargos por niveles

NIVEL	CARGO	FUNCION PRINCIPAL
DIRECTIVO	Gerente Sub gerente	Son cargos que formulan, dirigen, controlan y evalúan las políticas, planes, programas y proyectos, que establecen el sistema de gestión de la empresa para cumplir su objeto social
COORDINADOR	Coordinador Comercial Coordinador Contable Coordinador Operaciones	Son cargos especializados, que regulan, ejecutan o desarrollan los procesos encomendados por el sistema de gestión de la empresa
OPERATIVO	Ejecutiva Comercial Inside Sales	Son cargos que ejecutan actividades de los procesos misionales o que dan como resultado el cumplimiento del objeto social
ASISTENCIAL	Auxiliar Contable	Son los cargos que ofrecen asistencia a las dependencias asignadas y que apoyan los procesos.

4.3.1.5 Gestión por competencias

Las competencias son el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que una persona demuestra poseer y que pone a disposición de una función productiva con altos niveles de eficiencia y eficacia en su desempeño.

Las competencias son comportamientos; algunas personas disponen mejor de ellas que otras, incluso son capaces de transformarlas y hacerlas más eficaces para una situación dada. Esos comportamientos son observables en la realidad cotidiana del trabajo y en situaciones de evaluación. Esas personas aplican íntegramente sus aptitudes, sus rasgos de personalidad y los conocimientos adquiridos. El reconocimiento de las diferentes competencias tiene mucha importancia en la implementación de los procesos de gestión humana. Para capacitar o evaluar al personal, es una gran ayuda comprender las diferencias, ya que pueden requerir diferentes caminos o soluciones para ponerlas en marcha.

Para trabajar con un esquema de competencias, la empresa se basó en la declaración de la Misión, Visión y Valores, y a partir de ahí, con la participación de la gerencia, se definieron los criterios efectivos de competencias. Se han definido 20 competencias definidas en dos categorías: corporativas y específicas, las cuales tendrán una definición necesaria según el nivel en el que se encuentre el cargo.

Niveles por cargos

<i>Categoría</i>	<i>Competencia</i>
<i>Competencias personales / interpersonales</i>	<i>Pasión por los logros</i>
	<i>Mejoramiento continuo</i>
	<i>Trabajo en equipo</i>
	<i>Comunicación</i>
<i>Competencias específicas</i>	<i>Actitud de Servicio</i>
	<i>Organización</i>
	<i>Ética</i>
	<i>Control de Recursos</i>
	<i>Liderazgo</i>
	<i>Conocimiento de la labor</i>

4.3.1.6 Elementos del perfil del cargo

Los perfiles están diseñados con base en unas competencias corporativas y específicas según su nivel de trabajo. Los elementos que los componen son:

a) Identificación del Cargo

- Denominación: Nombre otorgado al cargo.
- Objetivo General del Cargo: Finalidad general que se pretende alcanzar con el cargo.
- Nivel: Ordenamiento establecido para los diferentes cargos, tomando como base los niveles jerárquicos actuales establecidos en la empresa: Nivel Directivo, Nivel de Coordinador, Nivel Operativo, Nivel Asistencial.
- Cargo a quien le reporta: Cargo a quien le debe rendir cuentas (jefe inmediato)
- Cargos que le reportan: Subordinados que debe supervisar y dirigir
- Formación: Que corresponde al nivel de escolaridad y la especificidad requerida para desempeñar el cargo;
- Otros requisitos: Corresponde a conocimientos técnicos, adiestramientos, entrenamientos etc.,
- Experiencia Laboral: Que se refiere al tiempo laborado requerido con el fin de experticia para el buen desempeño.

b) Competencias: Se muestran las competencias corporativas y las competencias específicas del cargo.

c) Descripción de las Funciones y Responsabilidades: son las actividades realizadas por el empleado.

4.3.2 Perfiles del departamento comercial

4.3.2.1 Coordinador del departamento comercial

	FICHA PERFIL DE CARGO POR FUNCION Y COMPETENCIAS
F003	

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DEPARTAMENTO COMERCIAL	
CARGO Y/O FUNCIÓN	Coordinador Comercial
NIVEL	Coordinador
LE REPORTA A	Gerente
LE REPORTAN	Ejecutiva Comercial - Inside Sales

ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
FORMACIÓN	Profesional en carreras administrativas, contables y áreas afines sin restricción
EXPERIENCIA	Tres años en cargos de liderazgo con el área comercial.

RESPONSABILIDADES DEL CARGO	
Se ocupa de Planear, Dirigir y Controlar y Evaluar las actividades comerciales de la empresa, su principal objetivo son las ventas, será responsable del cumplimiento de las metas, aumentar la fidelidad de clientes, canalizar las quejas, reclamos y crear estrategias efectivas para cumplir con los objetivos de calidad del sistema de gestión	

COMPETENCIAS PARA EL DESARROLLO DEL CARGO		
COMPETENCIAS	NOMBRE DE LA COMPETENCIA	DESEMPEÑO
COMPETENCIAS PERSONALES E INTERPERSONALES	Orientación al logro	Motiva, promueve y da ejemplo de cumplimiento y exigencia en el logro de los objetivos de la empresa. Crea y prioriza objetivos para su trabajo adecuadamente.
	Trabajo en equipo	Promueve la participación de la gente y las relaciones entre equipos de trabajo. Identifica las fortalezas del equipo y las aprovecha, trabaja para superar las debilidades. Identifica las barreras que impiden llegar al consenso, facilita la comprensión y los acuerdos en las situaciones de conflicto
	Mejoramiento Continuo	Busca y acepta responsabilidades adicionales. Busca mejorar su nivel profesional. Promueve, anima y apoya la capacitación y desarrollo de la gente.
	Comunicación Efectiva	Se da a entender con empatía, confianza y respeto. Muestra interés, esforzándose por comprender. Está abierto a sugerencias e ideas. Presenta la información de forma atractiva. Diseña y pone en marcha formatos y procedimientos de toma y entrega de información formal con retroalimentación, volviéndolo un hábito.

COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES	Actitud de servicio	Diseña estrategias para fidelizar a los clientes. Lidera procesos de cambio para mejorar el servicio. Resuelve necesidades no "evidentes" del cliente, busca información sobre sus verdaderas necesidades latentes pero no explícitas.
	Etica	Reconoce el impacto de su cargo y promueve en otros con su ejemplo el cumplimiento de los compromisos a nivel familiar, personal y laboral. Defiende las decisiones que benefician a la Empresa, sin buscar el beneficio personal o el favor a terceros.
	Control de Recursos	Realiza adecuadamente la programación. Utiliza adecuadamente el presupuesto establecido. Concibe el presupuesto no "para gastarlo", sino como instrumento para alcanzar unos resultados.
	Organización	Planifica, dirige, evalúa las responsabilidades. Identifica y analiza las causas de las desviaciones de los planes y propone ajustes que contribuyan con la optimización del proceso.

FUNCIONES DEL CARGO

1. Llevar adelante la gestión comercial de la empresa.
2. Dirigir las acciones de los comerciales de la empresa.
2. Supervisar las ofertas solicitadas por los clientes, garantizando que se pueda brindar el servicio solicitado, teniendo en cuenta los recursos disponibles y los respectivos costes.
3. Captar y transmitir a su departamento las necesidades del cliente, concretando todos los requerimientos técnicos aplicables respecto al proceso, servicio, condiciones de entrega y calidad, y también respecto a condiciones comerciales y económicas.
4. Atender y llevar a cabo el seguimiento de las consultas, reclamaciones y sugerencias que planteen los clientes.
5. Cumplir y hacer cumplir el manual de funciones.
6. Presentar los indicadores de su departamento a gerencia.
8. Motivar al personal bajo su cargo.
9. Revisar las comisiones de los comerciales recursos disponibles y los respectivos costes.

PRESENTADO POR:	ACEPTADO POR:
KATHERINE MENDOZA	DARWIN JEFREY CASAS

4.3.2.2 Ejecutiva Comercial del departamento comercial

 FICHA PERFIL DE CARGO POR FUNCION Y COMPETENCIAS		
F003		
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
DEPARTAMENTO COMERCIAL		
CARGO Y/O FUNCIÓN	Ejecutiva Comercial	
NIVEL	Operativo	
LE REPORTA A	Coordinador Comercial	
LE REPORTAN	Ninguno	
ESPECIFICACIONES DEL CARGO		
FORMACIÓN	Técnico, Tecnólogo o Profesional en carreras administrativas.	
EXPERIENCIA	Un año en cargos similares comprobados	
RESPONSABILIDADES DEL CARGO		
Buscar, atender clientes, cotizar y cerrar negocios cumpliendo metas, de acuerdo a las directrices de la empresa.		
COMPETENCIAS PARA EL DESARROLLO DEL CARGO		
COMPETENCIAS	NOMBRE DE LA COMPETENCIA	DESEMPEÑO
COMPETENCIAS PERSONALES E INTERPERSONALES	Pasión por los logros	Trabaja para alcanzar los objetivos que le han establecido. Busca y obtiene información de cómo cumplir sus objetivos.
	Trabajo en equipo	Identifica el objetivo común del equipo al cual pertenece y busca cooperar para lograr el resultado. Considera los objetivos grupales antes que los individuales. Utiliza metodologías para el desarrollo del trabajo en equipo y reuniones.
	Mejoramiento Continuo	Propone acciones para el mejoramiento de su trabajo o de un proceso interno sin que le haya sido requerido, afrontando con autonomía sus responsabilidades. Acepta sugerencias y demuestra cambios para mejorar sus conductas.
	Comunicación Efectiva	Escucha y acepta otros puntos de vista diferentes al propio. Contempla diferentes alternativas diferentes a la propia. Se expresa de manera clara y concreta, utilizando un lenguaje formal y respetuoso. Pregunta cuando requiere aclarar información.

COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES	Actitud de servicio	Ofrece un trato amable y grato, Escucha e indaga con atención las necesidades del cliente interno o externo y las canaliza adecuadamente. Establece contacto visual con su interlocutor.
	Etica	Cumple a tiempo y con calidad con las responsabilidades asignadas. Sigue instrucciones con poca supervisión y hace sacrificios personales para sacar adelante sus deberes
	Control de Recursos	Realiza adecuadamente la programación. Utiliza adecuadamente el presupuesto establecido. Concibe el presupuesto no "para gastarlo", sino como instrumento para alcanzar unos resultados.
	Organización	Demuestra orden en su lugar de trabajo y cuenta con un sistema escrito que le ayuda a organizar sus prioridades y evitar olvidos.

FUNCIONES DEL CARGO

1. Utilizar la base de datos designada por la empresa para la búsqueda de clientes potenciales con los que se realizara la labor comercial.
2. Realizar ofertas comerciales bajo todas las modalidades a través del cotizador designado por la empresa.
3. Realizar llamadas diarias de seguimiento a diferentes clientes para asegurarse de que todas las cotizaciones han sido recibidas y cerrar el negocio.
4. Asistir a visitas y eventos comerciales.
5. Apoyar al aérea operativa en los seguimientos a cada uno de los clientes.

PRESENTADO POR:	ACEPTADO POR:
KATHERINE MENDOZA	DARWIN JEFREY CASAS

4.3.2.3 Inside

	FICHA PERFIL DE CARGO POR FUNCION Y COMPETENCIAS
F003	

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DEPARTAMENTO COMERCIAL	
CARGO Y/O FUNCIÓN	Inside
NIVEL	Operativo
LE REPORTA A	Coordinador Comercial
LE REPORTAN	Ninguno

ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
FORMACIÓN	Técnico, Tecnólogo o Profesional en carreras administrativas.
EXPERIENCIA	Un año en cargos similares comprobados

RESPONSABILIDADES DEL CARGO	
Recibir solicitudes, atender y cotizar servicios según necesidades de los clientes diligenciando los formatos que formalizan las operaciones.	

COMPETENCIAS PARA EL DESARROLLO DEL CARGO		
COMPETENCIAS	NOMBRE DE LA COMPETENCIA	DESEMPEÑO
COMPETENCIAS PERSONALES E INTERPERSONALES	Pasión por los logros	Trabaja para alcanzar los objetivos que le han establecido. Busca y obtiene información de cómo cumplir sus objetivos.
	Trabajo en equipo	Identifica el objetivo común del equipo al cual pertenece y busca cooperar para lograr el resultado. Considera los objetivos grupales antes que los individuales. Utiliza metodologías para el desarrollo del trabajo en equipo y reuniones.
	Mejoramiento Continuo	Propone acciones para el mejoramiento de su trabajo o de un proceso interno sin que le haya sido requerido, afrontando con autonomía sus responsabilidades. Acepta sugerencias y demuestra cambios para mejorar sus conductas.
	Comunicación Efectiva	Escucha y acepta otros puntos de vista diferentes al propio. Contempla diferentes alternativas diferentes a la propia. Se expresa de manera clara y concreta, utilizando un lenguaje formal y respetuoso. Pregunta cuando requiere aclarar información.

COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES	Actitud de servicio	Ofrece un trato amable y grato, Escucha e indaga con atención las necesidades del cliente interno o externo y las canaliza adecuadamente. Establece contacto visual con su interlocutor.
	Etica	Cumple a tiempo y con calidad con las responsabilidades asignadas. Sigue instrucciones con poca supervisión y hace sacrificios personales para sacar adelante sus deberes
	Control de Recursos	Realiza adecuadamente la programación. Utiliza adecuadamente el presupuesto establecido. Concibe el presupuesto no "para gastarlo", sino como instrumento para alcanzar unos resultados.
	Organización	Demuestra orden en su lugar de trabajo y cuenta con un sistema escrito que le ayuda a organizar sus prioridades y evitar olvidos.

FUNCIONES DEL CARGO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Hacer el correspondiente analisis de riesgo a cada cliente aprobado. 2. Realizar ofertas comerciales bajo todas las modalidades a través del cotizador designado por la empresa. 3. Realizar llamadas diarias de seguimiento personalizado a diferentes clientes para asegurarse de que todas las cotizaciones han sido recibidas y cerrar negocios. 4. Apoyar al aérea operativa en los seguimientos a cada uno de los clientes.

PRESENTADO POR:	ACEPTADO POR:
KATHERINE MENDOZA	DARWIN JEFREY CASAS

4.3.3 Plan de inducción

Las fases que contiene el proceso de inducción se clasifican en dos, primero la identificación de la empresa y personal, segundo presentación y orientación al puesto de trabajo.

Responsable:

- Gerente y/o Director Comercial, quien será el jefe inmediato del nuevo integrante.

Recursos:

- Instalaciones de la empresa
- Computadora
- Personal

4.3.3.1 Propuesta de inducción Movilizar Carga Internacional

INDUCCIÓN DEPARTAMENTO COMERCIAL

Fase	Contenido a desarrollar	Tiempo de duración	Responsable	Medios a utilizar			
Fase 1	<u>Historia de la empresa</u> <u>Misión, Visión Valores</u>	4 horas	Gerente y/o Coordinador Comercial	Diapositivas y videos			
Inducción a la empresa	<u>Estructura organizacional</u> <u>Presentación del equipo de trabajo</u> <u>Políticas</u>						
Fase 2	<u>Cargo y objetivos</u> <u>Procesos</u>				8 horas	Gerente y/o Coordinador Comercial	Diapositivas y videos
Presentación y orientación al puesto de trabajo	<u>Funciones</u> <u>Entrenamiento con las herramientas manejadas</u> <u>Políticas</u>						
Total tiempo implementado		12 horas					

Fuente: Elaboración propia

En la primera fase se proporcionará al nuevo integrante la información de la empresa en cuanto a su historia, estructura organizacional, valores y demás conceptos mencionados en la tabla anterior, así como quienes serán los responsables de que se ejecute. Esto se realiza con el fin de que el empleado asimile el proceso y conozca la empresa de una forma dinámica.

En la segunda fase se facilitará los detalles referentes al puesto de trabajo, cargo, objetivos, funciones a desempeñar, procesos escritos que deberá cumplir y las herramientas que tendrá a disposición como cotizadores, formatos de solicitud de tarifas, ofertas, entre otros. Así como quienes serán los responsables de que se ejecute. Esto se realiza con el fin de que el empleado conozca las actividades a desarrollar y los medios que dispone para ello.

4.4 Proponer estrategias de gestión del departamento comercial de la empresa

Las estrategias se basan en implementar un plan operativo, en función de los resultados que la empresa desea obtener en el departamento comercial permitiendo relacionar las acciones o tácticas que la misma debe realizar para llegar a la meta.

De acuerdo a lo anterior se propone lo siguiente:

4.4.1 Estrategia CRM a través de Bitrix24

Se sabe que CRM es la sigla que se usa para hablar de “Customer Relationship Management” (Gestión de la Relación con el Cliente). Pero la definición en sí incluye mucho más: en una gestión completa de ventas, marketing, atención al cliente y todos los puntos de contacto.

La creación de una estrategia CRM contribuye a:

- Rastrea y administra la información de los clientes;
- Mantiene conectado todo su equipo en cualquier dispositivo;
- Captura de manera inteligente los e-mails de los clientes;

- Hace el acompañamiento de leads más efectivo;
- Proporciona recomendaciones para la gestión de clientes;
- Personaliza procesos conforme el crecimiento de su empresa.

El diseño de esta estrategia abarca 3 fases:

4.4.1.1 Definición de los objetivos del CRM

El establecimiento del objetivo de esta estrategia toma en cuenta la necesidad de la empresa, que para el caso de Movilizar Carga Internacional es la administración de una plataforma que permita almacenar información de los clientes actuales y potenciales como nombre, dirección, teléfono, etc., además de sus actividades y puntos de contacto con la empresa, visitas a sitios, llamadas telefónicas, e-mails y otras interacciones. Con la cual la empresa tendrá un mayor control de la información para tomar decisiones.

4.4.1.2 Diseño del plan

Luego de que se define el objetivo que se quiere alcanzar por medio la estrategia CRM, se procede a la planificación de las estrategias que ayudaran al logro de los mismos y que determinaran el tipo de contenidos a utilizar.

- Recopilar información de los clientes.
- Personalizar contenido y atención a los clientes

4.4.1.3. Herramienta de CRM

Para llevar a cabo las estrategias de CRM, es necesario hacer uso de una herramienta que facilite la gestión del proceso en general y que a su vez trae beneficios como:

- Encontrar más leads, cerrar más negociaciones, mantener más clientes y aumentas los ingresos por ventas;

- Comunicarse con los clientes de manera personalizada, relevante y actualizada, aumentando así la satisfacción del cliente;
- Mejorar el ROI de sus campañas de marketing

Por ello, y de acuerdo con las necesidades de la empresa Movilizar Carga, la herramienta seleccionada es un CRM operativo a través de bitrix24, la cual es una herramienta reconocida por su completa cobertura, facilidad de uso y es gratuito.

Para poder utilizar esta herramienta de CRM, es necesario llevar a cabo el siguiente proceso, para cada uno de los pasos se dejará no solamente claro que se deberá hacer, sino también una imagen respectiva.

Paso 1: buscar Bitrix24 en el ordenador del internet.

Bitrix24, es un área de trabajo que maneja muchos aspectos de operaciones diarias y tareas, entre ellos se encuentra el CRM, Project Management & una plataforma de colaboración para su gestión empresarial.

Paso 2: una vez encuentre Bitrix24, si no tiene una cuenta en esta aplicación, deberá crear una usuario y contraseña en modo gratuito para un mayor acceso a esta plataforma. En dado caso que ya tenga una cuenta en Bitrix24 solo deberá ingresar con sus respectivos datos.

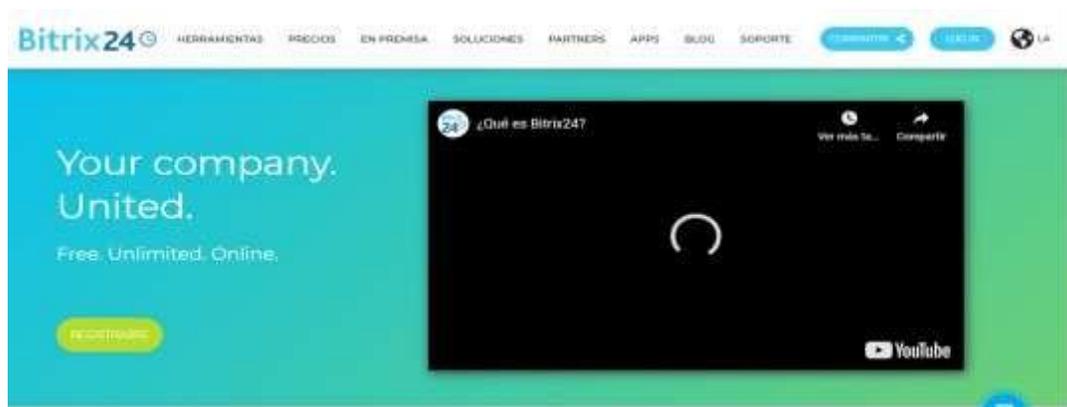


Figura 6. Pagina inicial de bitrix24, 2020.

Fuente: <https://www.bitrix24.es/>

Paso 3: ya abierta la plataforma, diríjase al costado izquierdo, en donde dice grupo de trabajo y elija el que más sea conveniente ya sea público o privado en dado caso que sea la primera vez que va a utilizarlo. De lo contrario, si ya ha manejado esta aplicación podrá colocarle el nombre de acuerdo a la empresa o cliente con quien va hacer el grupo, en este caso seria la empresa Movilizar Carga Internacional.

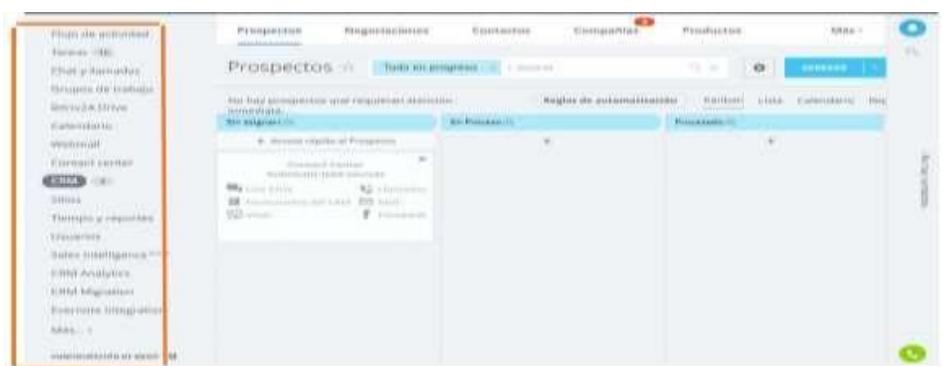


Figura 7. Página de bitrix24, 2020.

Fuente: <https://www.bitrix24.es/>

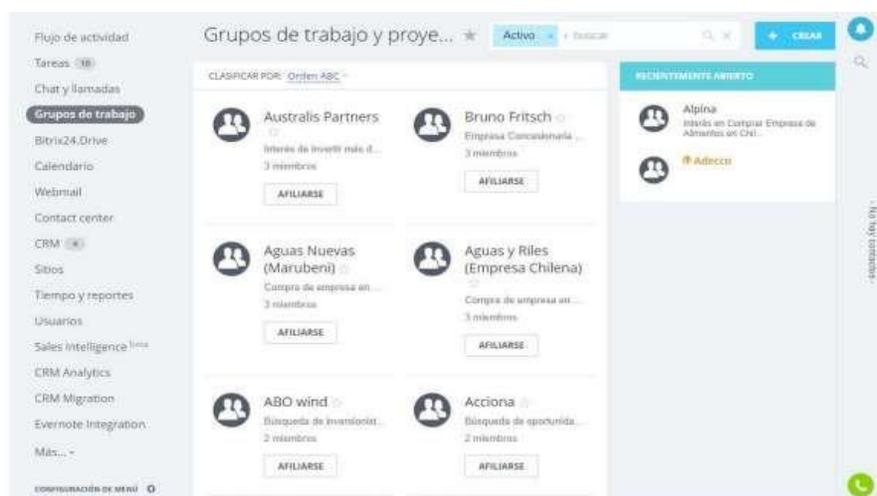


Figura 8. Página de bitrix24, 2020.

Fuente: <https://www.bitrix24.es/>

Paso 4: cualquiera de los dos grupos que haya elegido, puede adjuntar los documentos que necesite. En esta plataforma no se borrarán y cada vez que lo desees utilizar los encontrara en el grupo creado.



Figura 9. Página de bitrix24, 2020.
Fuente: <https://www.bitrix24.es/>

4.4.1.4 Capacitación para el manejo del CRM en Bitrix24

Por medio de una herramienta llamada Wix, se realizó una modelo de capacitación para los practicantes que vallan llegando, y este sea utilizado cada vez que se haga el cambio de un practicante antiguo por un practicante nuevo, en esta capacitación, se encontrará como primera instancia el flujograma, el cual es una ficha clave de esta capacitación ya que en ella se encuentra toda la información acerca de las actividades que se realizan en la empresa Movilizar Carga Internacional.



Figura 10. Capacitación bitrix24, 2020
Fuente. Wix. Com

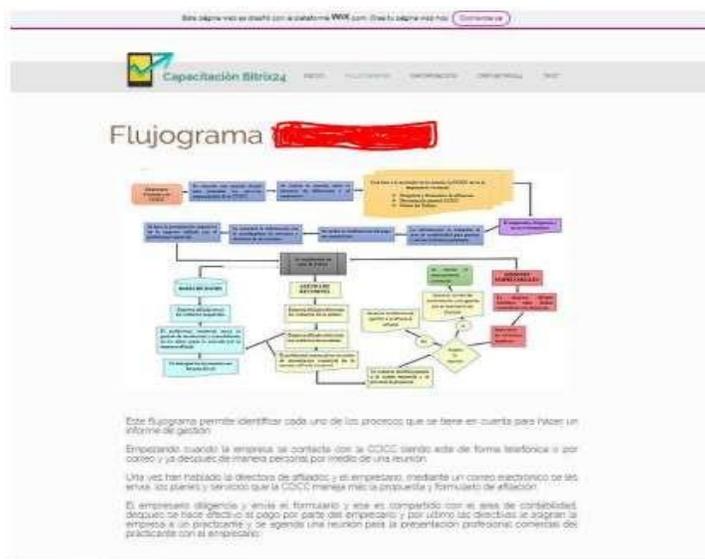


Figura 11. Capacitación bitrix24, 2020
Fuente. Wix. Com

Después se encontrará la carpeta de información, donde esta contiene cinco subcarpetas que son de gran importancia, la primera son las bases de datos, aquí se encontrará no solo la explicación, sino también él porque es necesarios saber cuántas casillas debe tener y que se debe diligenciar en cada una de ellas y como. Ya que esta base de datos es súper importe, porque nos

permite tener toda la información de las empresas en las cuales se va a realizar la gestión y si un dato llega a quedar mal, pues deberá volver a llamar e informarse bien.



Figura 12. Capacitación bitrix24, 2020
Fuente. Wix. Com

De segundas están las solicitudes de reuniones, en donde no solo se nombra el correo modelo que se maneja en la empresa, sino también que archivos se deben adjuntar y como se debe dirigir y después de un determinado tiempo, el seguimiento pertinente que se le hace cuando no contestan los correos y se hace el seguimiento o por llamada o por un nuevo correo con diferentes características. Ese seguimiento que se le hace a las empresas de interés, son por diferentes motivos, ya sea porque no contestaron el correo que inicialmente se envió para la solicitud o por que al momento de haber pedido el correo electrónico este reboto y toca volver a llamar para poder tener la información necesaria.

Este sitio web está desarrollado con el sistema **WIX** con el que podrás hacer [Compras de](#)

Capacitación Bitrix24 [Inicio](#) [Alumnos](#) [Inscripciones](#) [Contacto](#) [Ayuda](#)

Solicitud de reuniones

¡Aprende a hacer de mejor manera tus solicitudes de reuniones!
 Con el 2020, toma control de tu agenda, y el tiempo que tienes a tu disposición, y con él, los momentos más importantes que te permitan que se realicen tus reuniones de manera efectiva y a tiempo.



Entonces...

Definición:
 El **Informe de Gestión del Proyecto** (Informe de Gestión) es un documento en el que se describen todas las actividades que se realizan en un proyecto, desde su inicio hasta su finalización. Este informe se utiliza para comunicar el progreso del proyecto a los interesados y para tomar decisiones sobre el futuro del proyecto.

El informe de gestión de reuniones

El informe de gestión de reuniones es un documento que se utiliza para comunicar el progreso de las reuniones a los interesados y para tomar decisiones sobre el futuro de las reuniones.

...de la reunión, el día y el mes en que se hizo la gestión.

Agenda de reuniones

Conclusión

Este documento es esencial para las empresas que desean mejorar su gestión de reuniones. Gracias a él, se puede controlar el tiempo que se dedica a cada una de ellas, así como el progreso de cada una de ellas. Además, se puede evaluar el rendimiento de las reuniones y tomar decisiones sobre el futuro de las mismas.

Ac
Wi

Figura 13. Capacitación bitrix24, 2020
 Fuente. Wix. Com

Este sitio web está desarrollado con el sistema **WIX** con el que podrás hacer [Compras de](#)

Capacitación Bitrix24 [Inicio](#) [Alumnos](#) [Inscripciones](#) [Contacto](#) [Ayuda](#)

Informes de Gestión

Los Informes de Gestión, es un documento en donde se escriben todas las actividades que uno realiza, ya sea el envío de los correos de solicitud, si salió una reunión, si cancelaron una reunión, si se hizo que pasar la fecha de una reunión, cada uno de ellos va con la fecha y el mes en que se hizo la gestión.

-  Cuando se enviaron los correos de Solicitud de reunión
-  Cuando se enviaron los correos de Solicitud de reunión
-  Que empresa aceptó la reunión y los datos de la persona que asistió
-  Que día se hizo el agendamiento de la reunión
-  Si cancelaron una reunión

Figura 14. Capacitación bitrix24, 2020
 Fuente. Wix. Com

Es necesario tener un informe de gestión y que información se debe agregar al documento para que este pueda ser adjuntado a la plataforma de CRM Bitrix24 en el grupo de la empresa afiliada, cada empresa tiene su propio grupo en donde se suben estos informes.

En los Informes de Gestión debe ir la siguiente información, es un documento en donde se escriben todas las actividades que uno realiza, ya sea él envió de los correos de solicitud, si salió una reunión, si cancelaron una reunión, si se tuvo que mover la fecha de una reunión, cada uno de ellos va con la fecha y el mes en que se hizo la gestión.



Figura 15. Capacitación bitrix24, 2020
Fuente. Wix. Com

En una nueva carpeta esta todo lo relacionado con CRM Bitrix24, aquí se encontrará que significa tanto el CRM y Bitrix24 y al mismo tiempo se adjuntó dos videos que demuestran no solo como se puede utilizar esta plataforma, sino también que más cosas se pueden hacer aparte de las que la cámara maneja.



Figura 16. Capacitación bitrix24, 2020
Fuente. Wix. Com

Ya, por último, se encuentra un test, en donde se le harán una serie de preguntas al nuevo practicante, para así mismo saber si entendió con la información suministrada las actividades que este realizara durante su práctica. Esta respuesta será enviada al correo electrónico de la coordinadora y directora de la cámara, para que ellas puedan ir mirando los resultados que el nuevo practicante tuvo, así mismo ellas van mirando si deben reforzarle en un tema en específico.



Figura 17. Capacitación bitrix24, 2020
Fuente. Wix. Com

4.4.2 Índice de satisfacción del cliente (CSAT) que es un KPIs (Key Performance Indicators)

Se puede inferir que la principal clave para generar indicadores KPI'S dentro de la empresa es el conocimiento que se tenga de ella y la claridad de las estrategias para tener conocimiento de donde ubicarse en la organización y mayor claridad de cuál es la necesidad a mejorar, la posibilidad de realizar un cambio real que le permita analizar medir, cuantificar y crear nuevas opciones. Este tipo de diagnóstico necesita una clasificación por área, proyecto, productos o servicios, empleados, es decir, todas las herramientas posibles que le permitan a la empresa ser mucho más competitivos, tener un valor agregado y diferencial dentro de lo común y situar a la compañía en un valor agregado para que el producto o servicio sea reconocido.

El KPI más popular para medir la satisfacción del cliente es el CSAT, dónde le pides directamente a tus clientes que califiquen su satisfacción con tu negocio, producto o servicio. Tu puntuación es el promedio de todas las respuestas de los clientes.

Esta estrategia se divide en 3 fases:

4.4.2.1 Definición de los objetivos de CSAT

El establecimiento del objetivo de esta estrategia toma en cuenta la necesidad de la empresa, que para el caso de Movilizar Carga Internacional es saber el nivel de satisfacción que tienen los clientes frente a los servicios que presta la empresa.

4.4.2.2 Diseño del plan

Luego de que se define el objetivo que se quiere alcanzar el CSAT, se procede a la planificación de las estrategias que ayudaran al logro de los mismos y que determinaran el tipo de contenidos a utilizar.

Las estrategias para el logro del objetivo de fidelización de la empresa Movilizar son:

a) Después de ciertos momentos del ciclo de vida del cliente

El índice CSAT ayuda a relacionar las encuestas de satisfacción del comprador con instantes clave de su vivencia. En ese sentido, puedes vincular las perspectivas de los consumidores con cuestiones sobre la organización y medir la efectividad de instantes clave, como la integración de usuarios.

b) Antes de la renovación de una suscripción

Antes de los 6 meses de la renovación es un momento importante para realizar unas encuestas de satisfacción ya que da el tiempo suficiente para hacer frente a los comentarios antes de entrar en la etapa de renovación.

Tener un sistema de encuestas de satisfacción al cliente se logra conseguir una retroalimentación constante. Con la ayuda de la tecnología administrar esto es tarea fácil y facilita tener una mejor perspectiva de lo que sienten los clientes.

c) Después de interacciones educativas o de asistencia técnica

Para finalizar este índice de satisfacción al cliente se debe usar justo después del contacto con el cliente.

Para simplificar lo mencionado anteriormente, es necesario hacer una pregunta sencilla justo después del que el cliente obtenga algún servicio por parte de la organización.

4.4.2.3 Herramienta de CSAT

Para llevar a cabo las estrategias CSAT, es necesario hacer uso de una herramienta que facilite la gestión del proceso en general y que a su vez trae beneficios como:

- Es fácil e intuitivo para el que realiza la encuesta.
- Las tasas de respuesta son altas porque son pocas preguntas.

- Dado que se realiza por medio de una encuesta directa y simple, es fácil de interpretar.

Por ello, y de acuerdo con las necesidades de la empresa Movilizar Carga, la herramienta seleccionada es el beetrack, la cual es una herramienta reconocida por su completa cobertura y de facilidad de uso.

4.4.3 Estrategia Net Promoter Score que es un KPIs (Key Performance Indicators)

Esta herramienta fue desarrollada por Bain & Co. y el consultor Frederick f. Reichheld, se visualizó por primera vez en la revista “Harvard Business Review” en el año 2003 llamando la atención de propios y extraños por su simpleza y efectividad.

El principal propósito de la pregunta Net Promoter Score (NPS) es calcular una puntuación para poder determinar el nivel de lealtad de los clientes hacia tu negocio.

4.4.3.1 Definición de los objetivos de Net Promoter Score

El establecimiento del objetivo de esta estrategia toma en cuenta la necesidad de la empresa, que para el caso de Movilizar Carga Internacional es saber el nivel de lealtad que tienen los clientes frente a los servicios que presta la empresa.

Diseño del plan

Luego de que se define el objetivo que se quiere alcanzar el Net Promoter Score, se procede a la planificación de las estrategias que ayudaran al logro de los mismos y que determinaran el tipo de contenidos a utilizar.

Las estrategias para el logro del objetivo de conocer el nivel de lealtad que tienen los clientes de la empresa Movilizar son:

- La dinámica está basada en realizar una sencilla pregunta: ¿Qué tan probable es que recomiende nuestra empresa, producto o servicio a un amigo o colega?

- A las personas encuestadas se les pide que califiquen en una escala de 11 puntos la probabilidad de llevar a cabo una recomendación, con base en las respuestas recolectadas es posible calcular el Net Promoter Score y determinar el nivel de lealtad de la base de clientes de una empresa.

Herramienta de CSAT

Para llevar a cabo las estrategias CSAT, es necesario hacer uso de una herramienta que facilite la gestión del proceso en general y que a su vez trae beneficios como:

- Ayuda a mejorar la experiencia del usuario
- Permite medir los programas de lealtad
- Posibilita el benchmarking
- Hace más humana a la marca

Por ello, y de acuerdo con las necesidades de la empresa Movilizar Carga, la herramienta seleccionada es el Net Promoter System, la cual es una herramienta reconocida por su completa cobertura y de facilidad de uso.

¿Cómo se calcula el Net Promoter Score?

Dependiendo las respuestas en evaluación NPS, los consumidores serán clasificados en una escala dividida en 3 secciones: Detractores, Pasivos y Promotores.

Detractores

Los que califican de 0-6 se les denomina Detractores. Son personas que consideran que el servicio brindado no es satisfactorio o están descontentos con algún aspecto de la empresa.



Figura 18. Detractores

Pasivos

Los encuestados que otorgan una puntuación de 7 y 8 se conocen como Pasivos. Ellos no están incluidos en la fórmula para el cálculo de Net Promoter Score, pues se consideran "neutros" o virtualmente indecisos.



Figura 19. Pasivos

Promotores

Los que califican de 9-10 son llamados Promotores. Ellos son las personas que se encuentran completamente satisfechos con la compañía y proporcionan el mayor beneficio para el negocio.



Figura 20. Promotores

La fórmula del Net Promoter Score

La puntuación se calcula tomando el porcentaje de promotores y se le resta el porcentaje de detractores. El resultado es una puntuación entre -100 y 100.

De manera simplificada la fórmula NPS se representaría así:



Figura 21. Fórmula para calcular el NPS

4.4.4 Estrategia de Telemarketing

El telemarketing, además de ser una técnica de venta, tiene gran cantidad de aplicaciones, ya que se usa en la investigación de mercados o para la realización de encuestas (por ejemplo, las encuestas sobre posibles resultados electorales). También está relacionado con los servicios de atención al cliente y la recepción de reclamaciones, la atención a pacientes, para actualizar bases

de datos, gestión de cobros o información ciudadana, entre una amplia gama de posibilidades. (Gómez, Corrales, Noguera, Ruiz, & Solano, 2015)

Una de las estrategias de marketing digital de gran relevancia es el Telemarketing, al ser un canal efectivo y rentable que permite ofrecer al usuario o cliente, información detallada sobre los servicios en operaciones de logística y transporte a través del contacto directo.

El diseño de esta estrategia abarca 2 fases:

4.4.4.1 Definición de los objetivos del Telemarketing

El establecimiento del objetivo de esta estrategia toma en cuenta la necesidad de la empresa, que para el caso de Movilizar Carga Internacional es la comunicación y captación de clientes potenciales bajo una acción estructurada que contribuirá a ofertar servicios personalizados y conocer las necesidades de cada prospecto.

4.4.4.2 Diseño del plan del Telemarketing

Una vez se defina el objetivo que se quiere alcanzar por medio del Telemarketing, se procede a la planificación de las estrategias que ayudaran al logro del mismo y que determinaran el tipo de ofertas que se le brindará a cada prospecto buscando en la llamada la atracción del cliente para lograr la aceptación de la propuesta.

Las estrategias para el logro del objetivo de comunicación y captación de clientes potenciales de la empresa Movilizar Carga son determinadas, a partir de conocer que la empresa ha manejado el telemarketing, pero de una manera no estructurada que ha ocasionado tiempos mal invertidos en contactar a empresas que, por el tipo de producto (polietileno, materias primas, etc), seguridad del mismo o logística del proveedor negocian sus cargas en termino CIF dejando fuera la intervención de Movilizar:

Seleccionar al público objetivo: Teniendo en cuenta la actividad comercial de la empresa se requiere aplicar filtros claves que permitan coordinar las operaciones desde origen, para ello se estudiarán las empresas importadoras que han negociado sus mercancías en termino FOB y que han tenido actividad en operaciones en los últimos tres años, sin dejar atrás las nuevas que apenas están incursionando en el mercado.

Seleccionar BDD con relación al público objetivo: En el caso de Movilizar Carga se desea trabajar con empresas de Norte de Santander

Preparar el mensaje: Definir con el equipo comercial como se van a presentar, que servicios ofrecer, experiencia en el mercado y el motivo por el cual deberían vincularlos como proveedores.

Preparación del personal: Las empresas pueden obtener una ventaja competitiva notable si capacitan a su personal de manera constante logrando ser mejor que la competencia, la persona que realice las llamadas deberá conocer su prospecto y brindarle los servicios que necesita.

Realizar Llamadas: Si lo anterior se ha realizado correctamente, solo es iniciar a llamar, insistir según los requerimientos del cliente logrando finalmente el acercamiento y por ende la prestación del servicio.

4.4.5 Estrategia de Rebranding

Es una estrategia de marketing que implica modificar de forma parcial o total el conjunto de elementos que identifican a una marca, con el objetivo de mejorar su posicionamiento. Así, se puede recobrar el reconocimiento en el mercado o llegar a nuevos territorios, entre otros aspectos.

Wheeler (2013), hace referencia a cuando una marca se encuentra en crecimiento, ya sea volviéndose más lucrativa, volviéndose a posicionar o entrando a un mercado global, necesita preguntarse tres preguntas cruciales, ¿qué elementos necesito remarcar y preservar de la marca?, ¿el cambio es evolucionado o revolucionario? y ¿el rebranding se toma como iniciativa por una reposición o un re diseño?

Para la decisión de un rediseño hay que tomar en cuenta las razones para realizarla. A continuación, las clasificaciones más generales que existen para tomar esta decisión.

- Reubicar.
- Modernizar
- Gestionar el cambio
- Promover el crecimiento
- Volver a empezar

4.4.5.1 Definición de los objetivos del Rebranding

Proponer una estrategia de rebranding para la marca de la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S que permita renovar el posicionamiento y promover el crecimiento que tiene la marca en el mercado local, regional y nacional buscando a futuro consolidarse como agente de carga internacional.

4.4.5.2 Diseño del plan del Rebranding

Las estrategias para el logro de los objetivos de promover el crecimiento de la marca y renovar el posicionamiento de la misma se determinan teniendo en cuenta que la empresa a futuro desea convertirse en agente de carga lo cual requiere entre otras cosas una marca con imagen corporativa y reconocimiento.

De acuerdo a lo anterior se propone el rebranding con la ayuda del equipo gerencial y asesor de publicidad.

Rediseñar la imagen de la marca

Se rediseñará el imago tipo usando asociaciones (seguridad, confianza, modernidad, acción), se tuvieron en cuenta los siguientes factores a la hora de realizar estos diseños:

- Se desea inspirar modernidad y seguridad por se presenta un tipo de letra visible y cómoda de leer, sin puntas geométricas para brindar amabilidad.
- Fácil reproducción para impresos, medios digitales, bordados y estampados.
- Pocos elementos distractores para que en 3 segundos se logre entender el logo y la tipografía.
- Solo dos colores para aumentar la fuerza y contundencia
- Fácil visibilidad desde lejos.

Justificación del imago tipo (Colores corporativos)

Azul: *Seguridad, Lealtad, Confianza, Confidencia, Éxito, Consolidación.* Aunque, por lo general, el azul evoca a la seguridad, también puede suscitar imágenes de autoridad, éxito y confianza. Es probablemente el color más popular en el diseño de logos.

Rojo: *Acción, Emoción, Aventura, Amor, Pasión, Agresividad, Fuerza.* El rojo es un color intenso y puede evocar emociones de fuerza y acción. Usualmente se utiliza en logotipos como método para llamar la atención.

Tipografía

El estilo de letra tiene la intención de reflejar seriedad y relación con el rubro de transporte de carga. Se usa un estilo grueso y curvo para dar la apariencia de una empresa ordenada pero flexible a los cambios que ofrece el mercado.

Identidad visual del símbolo

La marca está compuesta por unas líneas curvas azules que representan las olas del mar y las rojas que demuestran la pasión con la que la empresa desempeña sus labores.

- Propuestas de la nueva imagen de la marca:



Figura 22. Ejemplos imagen de la marca,

Fuente: Asesor de publicidad según información proporcionada por la empresa Movilizar Carga Internacional, 2020

- Visualización Pagina Web



Figura 23.. Ejemplo Pagina Web,

Fuente: Asesor de publicidad según información proporcionada por la empresa Movilizar Carga Internacional, 2020

- Aplicación vehículo de carga



Figura 24. Aplicación vehículo de carga,

Fuente: Asesor de publicidad según información proporcionada por la empresa Movilizar Carga Internacional, 2020

- Aplicación letrero visual



Figura 25. Aplicación letrero visual,

Fuente: Asesor de publicidad según información proporcionada por la empresa Movilizar Carga Internacional, 2020

- Aplicación tarjeta de presentación



Figura 26.. Aplicación tarjeta de presentación,

Fuente: Asesor de publicidad según información proporcionada por la empresa Movilizar Carga Internacional, 2020

- Aplicación carnet corporativo



Figura 27.. Aplicación carnet corporativo,

Fuente: Asesor de publicidad según información proporcionada por la empresa Movilizar Carga Internacional, 2020

Conclusiones

- Las empresas están en la necesidad de adaptarse a los cambios que ofrece el mercado, pues estas pueden verse afectadas directamente por situaciones externas o internas que de no visualizar oportunamente pueden acarrear extra costos financieros, pérdida de clientes y oportunidades potenciales, pese a ello la empresa Moviliza Carga Internacional S.A.S se encuentra en una etapa de cambios y abierta a considerar propuestas que aporten al mejoramiento de procesos.
- En cuanto a la identificación de Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas obtenidas para la realización de la matriz DOFA, y a partir de las cuales se identificó que la empresa requiere una estructuración en cuanto al área comercial que permita la captación de clientes y que fidelice a los actuales, por ello se propone la creación del departamento comercial que tendrá por objetivo establecer el procedimiento a seguir para realizar de manera eficiente la gestión comercial aplicada a los importadores y exportadores ubicados nacional e internacionalmente.
- Para la creación de este departamento comercial se tuvieron en cuenta un manual de procesos, funciones específicas por cargo y características generales en cuanto a la gestión comercial, buscando brindar los lineamientos básicos para el desarrollo de objetivos propuestos en la planeación estratégica de la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S

- En lo relacionado a la necesidad que tiene la empresa de contar con un equipo de trabajo idóneo que enfrente adecuadamente los procesos antes expuestos, se indicaron 3 perfiles de cargos del departamento comercial a crear para efectos de preparar la empresa para el crecimiento, estos son: Coordinador comercial, Ejecutiva Comercial e Inside Sales. Pero esto no será de un solo momento, con lo que se establece que primero se contrata y prepara un Coordinador Comercial y en 6 meses posteriores se le vincula un Ejecutivo Comercial, para posteriormente en 4 meses contratar el Inside. Con esto el costo de estos nuevos cargos sean asumidos por los resultados de su gestión.
- En cuanto a las estrategias planteadas para la gestión del departamento comercial de la empresa, estas fueron enfocadas en 4 ejes referentes a la fidelización y administración de clientes (CRM), la satisfacción de clientes (CSAT), el nivel de lealtad que estos tienen con la empresa (KPIS), la comunicación y captación de clientes potenciales (Telemarketing), por último, la renovación del posicionamiento promoviendo por ende el crecimiento que tiene la marca en el mercado. Estas herramientas se encuentran útiles para las empresas que buscan medir, evaluar y tener un resultado que le permita entrar a realizar un mejoramiento inmediato de la empresa y sus servicios logrando articular y traducir los objetivos de la compañía en actividades que inspiren la estrategia y el cumplimiento de metas.

Recomendaciones

- Movilizar Carga Internacional S.A.S es una empresa que desde sus inicios ha procurado estar abierta a los cambios que permitan el mejoramiento, de acuerdo a ello se recomienda revisar la reubicación de las oficinas, ya que el compartir oficina ha generado desconfianza por parte de los clientes, adicional teniendo en cuenta el aumento de personal se requiere de más espacios y comodidad para de esta manera los trabajadores se sientan bien y la productividad sea eficiente.
- Para el buen funcionamiento de los procesos se recomienda poner en práctica cada uno de los pasos antes expuestos con el fin de dar seguridad a la persona que realiza las funciones y al cliente quien recibirá la atención personalizada en cada avance de la operación.
- El proceso de poner en práctica las estrategias propuestas se recomienda validar primeramente la de Rebranding que le permitirá a la empresa oficializar la marca con una fuerte identidad corporativa y un buen posicionamiento en el mercado. Debido al alto impacto que tiene estos tipos de acciones con respecto a una nueva imagen es aconsejable dejarse guiar por expertos en la materia, ya que de esta manera se podrán dar los pasos de una manera firme, segura y eficiente.
- Se recomienda a la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S ser participe en los eventos académicos o empresariales, con el objetivo de mejorar la imagen y acercamiento con las dos partes, en las cuales se pueden obtener ideas o propuestas en pro de la compañía y de los clientes.

Referencias bibliográficas

Analdex (2019). Decreto 1165 de 2019. Ministerio de Hacienda y crédito público Colombia.

Recuperado de: https://www.analdex.org/wp-content/uploads/2019/07/DECRETO-1165-DEL-2-DE-JULIO-DE-2019_compressed-1-comprimido.pdf

Berard, D. (2010). Gerencia Comercial. Funciones y Responsabilidades. Blog Emprendices.

Recuperado de: <https://www.emprendices.co/gerencia-comercial-funciones-y-responsabilidades/>

Bitrix24. (2012). Bitrix24. Recuperado de: <https://www.bitrix24.es/>

Blanco, M., Cárdenas, M., Díaz, F. & Martínez, A. (2000). Naturaleza y propósito de la organización. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos6/napro/napro.shtml>

Cámara de Comercio de Bogotá (2008), Sociedad por Acciones Simplificada, Colombia.

Recuperado de: [https://www.ccb.org.co/content/download/file/Ley 1258 de 2008](https://www.ccb.org.co/content/download/file/Ley%201258%20de%202008)

Carrasco, C. (2012). Libro Atención al cliente en el proceso comercial. Recuperado de:

https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=fNcupmf11o4C&oi=fnd&pg=PA7&dq=porque+crear+un+departamento+comercial&ots=Dy3bIpd6Zv&sig=pj_u0TuseD3RByWwEEN3O00Ty9s&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Castells. (2012). Dirección de ventas (13ª Ed.): Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores. España: ESIC Editorial.

Castro, J. (2014). Obtenido de <http://blog.corponet.com.mx/como-medir-el-desempeno-de-tuproceso-comercial>

Colombia Digital (2013). Código de Autorregulación Publicitaria, Colombia, Recuperado de:

<https://colombiadigital.net/actualidad/noticias/item/5866-nuevo-codigo-de-autorregulacion-publicitaria-en-colombia-incluye-tic>

Congreso de la Republica (2012). Ley 1558 de 2012. Ministerio de Comercio Industria y Turismo.

Colombia. Recuperado

de:http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=78782&name=Ley_1558_2012.pdf&prefijo=file

Desarrollo Económico (2016). Comercialización y Estrategia de Ventas, Colombia, Bogotá.

Recuperado de: <http://www.desarrolloeconomico.gov.co/sites/default/files/marco-legal/MODULO%205%20Comercializaci%C3%B3n%20y%20estrategia%20de%20ventas.pdf>

DIAN (2000). Resolución 4240 DE 2000, Colombia. Recuperado de:

<https://www.dian.gov.co/normatividad/Normatividad/Resoluci%C3%B3n%20004240%20de%2001-06-2000.pdf>

Gonzalez, A. (2006). Formulación de una estrategia comercial que sirva como modelo para la empresa LEAR Y ASOCIADOS LTDA, (Tesis de grado), Universidad la Salle, Bogotá, Colombia. Recuperado

de: <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3768/00781112.pdf;jsessionid=478ACD42575D8E5793A109FF59D14E37?sequence=1>

González Fernández-Villavicencio, Nieves. (2020). Bibliotecas, medios y métricas de La web social.

Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/635/63543641005.pdf>

- Gulati, R. (1998). Alliances and networks. *Strategic Management Journal*, Special Issue 19: 293–317. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n70/n70a09.pdf>
- Gutierrez, C. & Gordillo, J. (2017). Propuesta de diseño y creación del área de ventas de la empresa equipos neumáticos e hidráulicos, EQUINEHY LTDA, (Propuesta de grado), Universidad Libre, Colombia. Recuperado de: <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10453/Art%C3%ADculo%20JG%20CS%20-%20EQUINEHY%20LTDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- IsoTools Excellence. (2020). Los indicadores en la gestión de las organizaciones modernas. Recuperado de: <https://www.isotools.org/2016/11/30/los-indicadores-la-gestion-las-organizaciones-modernas/>
- INTA (2015). Manual de Facilitadores de Procesos de Innovación Comercial, Estrategias de comercialización, Argentina. Recuperado de: <https://inta.gob.ar/sites/default/files/5-estrategias-competitivas.pdf>
- Libro Área Comercial (El Marketing – Unidad 7), España. Recuperado de: <http://spain-s3-mhe-prod.s3-website-eu-west-1.amazonaws.com/bcv/guide/capitulo/8448128052.pdf>
- Macre. (16 de Junio de 2014). La función comercial de la empresa. Obtenido de <http://es.slideshare.net/lalablancor/la-funcion-comercial-de-la-empresa>
- Minsal, D. & Pérez, Y. (2007). Organización funcional, matricial...: En busca de una estructura adecuada para la organización. *ACIMED*, 16(4). Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352007001000010

MUÑIZ, R. (2016). Marketing en el siglo XXI. 5 (8). Recuperado: <http://www.marketing-xxi.com/departamentocomercial-equipos-venta.html>

Muñiz, R. (2014). Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición. Obtenido de HYPERLINK
"<http://www.marketing-xxi.com/Marketing-siglo-xxi.html>"

Nieves González Fernández-Villavicencio. (2020). Bibliotecas, medios y métricas de La web social.
Recuperado de:

<https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/48331/1/234001-874651-1-PB%20%281%29.pdf>

Ruiz, V. (2018). Funciones del departamento comercial de una empresa. Recuperado de:
<https://www.emprendepyme.net/funciones-del-departamento-comercial-de-una-empresa.html>

Software DELSOL. (s.f.). El departamento comercial de una empresa. Recuperado de:
<https://www.sdelosol.com/blog/pymes/departamento-comercial/>

ANEXO 1 FORMATO MODELO ENTREVISTA PARA INVESTIGACIÓN

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER	
	MODELO DE ENTREVISTA PARA INVESTIGACION PROYECTO DE PA SANTIA "PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO COMERCIAL PARA LA EMPRESA MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S. COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN SU RELACIÓN CON LOS CLIENTES"	VERSIÓN: 01

INSTRUMENTO CON EL QUE SE BUSCA ANALIZAR ORGANIZACIONALMENTE LA EMPRESA MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL, UBICADA EN CÚCUTA, NORTE DE SANTANDER, CON EL FIN DE OBTENER INFORMACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO "PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO COMERCIAL PARA LA EMPRESA MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S. COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN SU RELACIÓN CON LOS CLIENTES". ESTA INVESTIGACIÓN SE REALIZA PARA CUMPLIR CON EL REQUISITO DE GRADO Y OPTAR AL TÍTULO DE PROFESIONAL EN COMERCIO INTERNACIONAL DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER.

Nombre de la Empresa: MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S

Dirección: AV. 7 # 21n - 55 Of 207 EDIFICIO CENTRO EMPRESARIAL LA ESTACIÓN

Nombre del Encuestado: DARWIN JEFFREY CASAS MENA

Cargo: SUBGERENTE

Las siguientes preguntas tienen el propósito de realizar un acercamiento al análisis de la empresa:

análisis inicial, análisis interno y análisis externo.

1. ¿Mencione cuál es el objeto de la empresa?
2. Describa el plan estratégico de la organización (Misión, Visión, Valores, Políticas, Estrategias).

- **ANALISIS INTERNO**

MARKETING

3. ¿Cuáles son las características del público objetivo?
4. ¿Cómo la empresa llega a su público objetivo?
5. ¿Describa la marca de la empresa? ¿Cuál es la declaración o promesa de valor para el público objetivo y cómo la empresa puede cumplir esa promesa?
6. Mencione que políticas maneja la empresa.

CAPITAL HUMANO

Avenida Gran Colombia N°12 E - 96 Barrio Colsag - Cúcuta, Colombia.

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER	
	MODELO DE ENTREVISTA PARA INVESTIGACION PROYECTO DE PASANTIA "PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO COMERCIAL PARA LA EMPRESA MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S. COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN SU RELACIÓN CON LOS CLIENTES"	VERSIÓN: 01

7. ¿Tienen los empleados un perfil del cargo que incluya responsabilidades y tareas? ¿Cómo la empresa realiza la evaluación de empleados verificando si cumplen con los requisitos del perfil del cargo?
8. ¿Hay contratos individuales de personal? ¿La empresa se asegura de afiliar a los empleados al sistema de seguridad y salud en el trabajo?
9. ¿La empresa tiene procedimientos de selección, contratación, capacitación y evaluación de personal?

INFRAESTRUCTURA

10. ¿Son la locación y las instalaciones convenientes para el negocio?
11. ¿Ha realizado cambios o adquisiciones en bienes inmuebles o muebles en los últimos años?

GESTIÓN DE COMPRAS

12. ¿Cómo caracteriza la empresa la función o el departamento de compras?
13. ¿Quiénes son sus principales proveedores?
14. ¿Realiza la compañía un proceso de calificación y evaluación de proveedores?

ORGANIZACIÓN Y CALIDAD

15. ¿Disponen los empleados de instrucciones específicas escritas sobre los procesos que conlleven al cumplimiento de las metas?
16. ¿Los roles y responsabilidades son claramente definidos y apropiados para cumplir las metas?

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER	
	MODELO DE ENTREVISTA PARA INVESTIGACION PROYECTO DE PASANTIA "PROPUESTA PARA LA CREACION DEL DEPARTAMENTO COMERCIAL PARA LA EMPRESA MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S. COMO HERRAMIENTA DE GESTION EN SU RELACION CON LOS CLIENTES"	VERSIÓN: 01

17. ¿La empresa realiza reuniones con sus empleados para detectar fallas y no conformidades de los procesos para lograr una mejora en el desempeño dejando evidencias escritas del compromiso?

PRODUCCIÓN DEL SERVICIO

18. ¿Con cuáles documentos la empresa clarifica su proceso operativo a los demás empleados?
19. ¿Cómo la empresa realiza los procesos que conducen a la producción del servicio bajo condiciones controladas?
20. ¿Cómo la empresa realiza la detección de fallas o desvíos de los requisitos del cliente?

ATENCIÓN AL CLIENTE

21. ¿Cuál es el centro de atención al cliente y cuales los métodos de contacto?
22. ¿Cómo se canalizan las quejas y reclamos? ¿Cómo se brinda garantía al cliente?
23. ¿Cómo se evalúa la satisfacción del cliente?

• ANALISIS EXTERNO

COMPETENCIA

24. ¿Cuáles son los principales competidores de la empresa?
25. ¿Cuáles son los competidores que más impactan a la empresa?

MERCADO

26. ¿Cuáles son las características de este mercado?
27. ¿Cuáles son los elementos externos que más afectan este mercado?

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER	
	MODELO DE ENTREVISTA PARA INVESTIGACION PROYECTO DE PASANTIA "PROPUESTA PARA LA CREACION DEL DEPARTAMENTO COMERCIAL PARA LA EMPRESA MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S. COMO HERRAMIENTA DE GESTION EN SU RELACION CON LOS CLIENTES"	VERSIÓN: 01

28. ¿Cuáles es el volumen de venta que se mueve en el mercado?

CLIENTES

29. ¿Quiénes son los principales clientes de la empresa? ¿Qué características tienen los clientes de la empresa?

30. ¿Qué análisis en el ámbito ha realizado la empresa para conseguir nuevos clientes?

FACTORES TECNOLÓGICOS

31. ¿Cuáles cambios tecnológicos externos ha identificado la empresa que le puedan ser amenaza o una oportunidad para las áreas operativas, administrativas o comerciales?

FACTORES POLÍTICO-LEGALES

32. ¿Qué leyes y regulaciones han surgido que puedan afectar tanto positivamente como negativamente?

33. ¿Qué aspectos políticos y de regulaciones gubernamentales podrían afectar el entorno de la empresa, que potencial existe para tal tipo de regulación?

ANEXO 2 FO-GC-01 FORMATO DE VINCULACIÓN A PROVEEDORES

	GESTIÓN COMERCIAL		FO-GC-01	
	FORMATO VINCULACIÓN PROVEEDORES		Versión 1: 01-02-2020	
	MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S		Pág. 1 de 1	

Fecha de diligenciamiento:	DD	MM	AAAA	Tipo de trámite	Inscripción <input type="checkbox"/>	Actualización <input type="checkbox"/>
----------------------------	----	----	------	-----------------	--------------------------------------	--

Movilizar Carga Internacional S.A.S, ha dispuesto el presente formulario para quienes desean vincularse con ella. La información que usted suministre es muy importante para nosotros, por lo que agradeceremos el diligenciamiento de todos campos requeridos, de no hacerse se tomara como incompleto y no se continuará con el proceso.

1. INFORMACIÓN GENERAL

PERSONA JURÍDICA

NIT	Razón Social		
Representante Legal	Tipo de identificación:		Número de identificación
	Nombres:		Apellidos:

PERSONA NATURAL

Tipo de identificación:	Número de identificación
Nombres	Apellidos
Profesión u oficio	

¿Es o fue un funcionario, de una entidad pública controlada por el gobierno?	¿Por su cargo o actividad ejerce algún grado de poder público?
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>

¿Goza usted de algún reconocimiento público?	¿Existe algún vínculo familiar entre usted y una persona considerada públicamente expuesta?
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>

En caso de ser afirmativo alguna de las anteriores preguntas, proporcione los detalles de nombres de personas, cargos, vínculos, entidad.

2. INFORMACIÓN DE CONTACTO

PERSONA JURÍDICA Y NATURAL

Dirige oficina principal	Dirección:		
Contacto	Ciudad – Departamento– País		
	Nombres:	Apellidos:	Teléfono celular:
Cargo	Correo electrónico:		Teléfono Fijo:

3. INFORMACIÓN TRIBUTARIA

IVA	Responsable <input type="checkbox"/>	No Responsable <input type="checkbox"/>	No Responsable <input type="checkbox"/>	Régimen Común <input type="checkbox"/>	Régimen Simplificado <input type="checkbox"/>
RENTA	Contribuyente <input type="checkbox"/>	Régimen Especial <input type="checkbox"/>	Régimen Especial <input type="checkbox"/>	No contribuyente <input type="checkbox"/>	Automatizador <input type="checkbox"/>

4. AUTORIZACIÓN PAGOS

Autorizo a Movilizar Carga Internacional S.A.S para que los pagos a mi favor sean consignados en:

Tipo de cuenta	AHORRO <input type="checkbox"/>	CORRIENTE <input type="checkbox"/>	Entidad Bancaria:	Cuenta número:
----------------	---------------------------------	------------------------------------	-------------------	----------------

5. DOCUMENTOS REQUERIDOS

Fotocopia del registro único tributario
Fotocopia del documento de identidad del representante legal
Certificado de existencia y representación legal no superior a 1 mes (sólo para persona jurídica)
Certificación bancaria inferior a 1 mes, a nombre de la persona Natural o Jurídica que factura

6. CONDICIONES DE PAGO

Movilizar Carga Internacional S.A.S paga a sus proveedores en treinta (30) después de expedida la factura.

Comentario: _____

Note: Si tiene dudas relacionadas con el diligenciamiento del formato puede comunicarse al teléfono 5281692 o al correo electrónico comercial@movilizarcarga.com, después de diligenciarlo debe adjuntar la documentación requerida y entregarlo de manera digital al correo mencionado anteriormente.

Hago constar que he leído y comprendido las anteriores declaraciones, los términos y condiciones del registro de proveedores y todos los documentos asociados al registro de proveedores de la empresa Movilizar Carga Internacional S.A.S

Representante Leg _____
Identificación _____

ANEXO 5 FO-GC-04 FORMATO SOLICITUD DOCUMENTACIÓN LEGAL



SOLICITUD DE DOCUMENTACION CLIENTE NUEVO

Por políticas internas del Departamento de Calidad y Seguridad, sumado a exigencias de la DIAN y otros entes que intervienen en los procesos aduaneros, solicitamos:

- Certificados de Existencia y Representación Legal (Cámara de Comercio) con fecha de expedición no mayor a 10 días. Debe estar actualizado, los datos deben coincidir con el RUT.
- Copia legible del R.U.T Actualizado (Debe incluir en las casillas de Usuarios Aduaneros los Códigos 22 y 23).
- Copia legible de la Cedula de Ciudadanía del Representante Legal ampliada al 150% (En caso de ser persona natural deberá estar autenticada).
- Copia del último Balance General (En caso de ser empresa recién constituida debe anexar Balance Inicial) a 31 de Diciembre del año anterior, dictaminado por Revisor Fiscal o Contador Público.
- Copia del último Resultado Financiero a 31 de Diciembre del año anterior, dictaminado por Revisor Fiscal o Contador Público.
- Copia de la Tarjeta Profesional del Contador y/o Revisor Fiscal. Debe coincidir con la persona que firma el Balance General y Estado Financieros.
- Dictamen del Revisor Fiscal.
- (2) Referencias comerciales.
- Certificación bancaria, la información debe coincidir con la relacionada en la C170.
- Resolución de facturación (Necesario únicamente para exportadores).
- Copia de certificados BASC / ISO (En caso de estar certificados).
- Fotografías de la fachada y del interior del establecimiento.

Nota: Es completamente necesario tener la totalidad de los documentos previo al inicio de cualquier operación de comercio exterior con nuestra empresa.

Esperamos que su experiencia con nuestra compañía sea de su mayor agrado, recuerde que estaremos siempre prestos a brindarle las mejores soluciones y atención de acuerdo a sus necesidades.

Atentamente:


 Movernos el Mundo a su Puerta
COLOMBIA

Katherine Mendoza
 Inside
 Tel.: (+57) (7) 528 1692
 Cel.: (+57) (320) 372 0036
 E-mail: inside@movilizarcarga.com
 Av. libertadores # 4-54 Local 16 Prados Norte
 Cúcuta, Colombia , Zip Code : 540002
www.grupomovilizar.com

ANEXO 6 FO-GC-05 FORMATO E INSTRUTIVO VALORACIÓN O ESTADO DE RIESGO

Cúcuta Colombia, **FECHA ACTUAL XXXXX**

Señores:

Movilizar carga internacional SAS

Junta Directiva y Jurídico

En cumplimiento de la Circular 0170 de 2002, realizamos el análisis documental para el conocimiento del cliente **NOMBRE DE LA EMPRESA Y/O RAZÓN SOCIAL XXXXXX** en los siguientes tópicos:

ANÁLISIS DOCUMENTAL: TIPO DE RIESGO XXXXX

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN:

OBJETO SOCIAL DE LA EMPRESA O TIPO DE ACTIVIDAD QUE DESARROLLA XXXXX

Tiene matriculado un establecimiento de comercio con nombre **XXXXXX**

El capital pagado de la empresa en millones de pesos **XXXXXX** (revisar el documento en la cámara de comercio)

NIT: **XXXXXX** (DE LA EMPRESA IMPORTADORA)

INFORMACIÓN CIRCULAR 0170 CONOCIMIENTO DE CLIENTE:

Se realiza una llamada al **XXXXX** (NUMERO DE TELEFONO DEL REPRESENTANTE LEGAL), la cual es contestada por el señor **XXXXX** (REPRESENTANTE LEGAL), corroborando la información que se encuentra en la circular 170.

ANÁLISIS DE LA REFERENCIA S COMERCIALES:

Presenta carta comercial de la empresa **XXXXXX** (REMITIDO POR) la cual está firmada por **XXXXXX** (NOMBRE DE QUIEN REMITE), esta afirma que tiene vínculos comerciales con la empresa desde hace **XXXXX** (TIEMPO EN ESPECIFICO)

ANÁLISIS DEL RUT:

Aporta copia el día, mes y año Se encontraron que las actividades van de acuerdo al objeto social, códigos principales CIU: **XXXXXX**. (DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL), (revisar el documento en la cámara de comercio)

CONSULTA S DE PAGINA S EN LISTA S PÚBLICA S

1. Se realizó la consulta a los representantes legales en las siguientes listas de consultas públicas, encontrando lo siguiente:

CONCLUSIÓN: TIPO DE RIESGO XXXXX (según las conclusiones del estudio anterior)

Dar a conocer las conclusiones finales del estudio de la empresa seleccionada, basándose en los factores como: capital pagado, fecha de matrícula en la cámara de comercio, operaciones comerciales y su comparación anual, ingresos ordinarios por año, los activos totales de la empresa y sus pasivos (Se debe tener muy en cuenta el nivel de endeudamiento de la empresa con sus proveedores, ya que se podría ver muy afectada su calificación final.

RECOMENDACIONES: XXXXX (observaciones para tener en cuenta según el estudio y el análisis anterior)

Cordialmente.

XXXXX

ANALISTA DE ARCHIVO

XXXXX

DIRECTOR 1

XXXXX

DIRECTOR 2



INSTRUCTIVO para realizar el cuadro de análisis de riesgo de los clientes
MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.

Según las conclusiones arrojadas del estudio de riesgos de cada empresa, nos basamos en 5 factores que fueron designados por la gerencia de la empresa MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL, para determinar la factibilidad y el nivel de confianza al momento de realizar operaciones de importación y exportación.

1. Capital pagado: se considera de riesgo alto una empresa con un capital pagado menor o igual a diez millones de pesos colombianos. Se deberá tener en cuenta en esta variable los años del establecimiento y su cantidad de operaciones con el exterior

2. Activo total: En este ítem de calificación nos basamos en los activos mas altos y mas bajos de las empresas.

- Mayor activo: mas credibilidad y confiabilidad al momento de solicitar algún requerimiento o servicio con nuestra empresa
- Menor activo: se tiene menor confianza al momento de la prestación de nuestro servicio de carga nacional e internacional

3. Años de establecimiento: se considera de riesgo alto una empresa menor o igual a 2 años desde el momento de su matricula en la cámara de comercio de la ciudad.

4. Utilidades netas: en este parámetro podemos saber el indicador mas confiable de la empresa estudiada, podemos tener una mayor confianza al momento de dar facilidades de pago al cliente, entre mas alto sean sus utilidades en el año, mayor será la confianza al momento de realizar los pagos.

Nota: se considera una empresa aceptable después de los 50 millones de pesos

5. Operaciones comerciales: en este ítem de clasificación nos basamos en la cantidad y el valor FOB de las operaciones realizadas en los últimos 3 años de cada empresa. A mayor cantidad de operaciones comerciales será mayor la confianza y la rentabilidad de nuestra empresa.

ANEXO 7 FO-GC -06 FORMATO OFERTA COMERCIAL



San José de Cúcuta, XX XX X X

Señor
XXXXXXXXXX
Comercio Exterior
Ciudad

OFERTA: MC0100-20

Reciba un cordial saludo de parte de nuestra organización esperando se encuentre muy bien, y sus negocios marchen exitosamente.

Me permite relacionar tarifa aplicable para el manejo de Flete Internacional, válida hasta el XXXX.

OFERTA COMERCIAL INTERNACIONAL // XXXXXXXX //

ORIGEN	DESTINO	CONT. 1*40	FRECUENCIA	T.T.
XXX	XXX	USD XXX	SEMANAL	XX

GASTOS MARITIMOS EN DESTINO	
CONCEPTO	USD
XX XXX	USD XXXX
XX XXX	USD XXXX

Beneficios en destino: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Notas a considerar:

- La presente oferta Comercial tiene carácter ejecutivo y se entenderá aceptada cuando recibamos de ustedes las instrucciones para proceder.
- Emisión de BL en destino (Si aplica): Usd55 + IVA

Cualquier duda y/o comentario por favor hacémoslo saber.

Cordialmente,



www.grupomovilizar.com

@grupomovilizar

@grupomovilizar

☎ (+57) (7) 3281692 (+57) 3102836331 - 311 8128717

📍 Av Libertadores Lib. Prados del Norte Local B 4-54 Cúcuta - Colombia



ANEXO 8 FO-COM-01 FORMATO IDENTIFICACIÓN CLIENTE CIRCULAR 170

	GESTIÓN COMERCIAL	FO - COM-01
	IDENTIFICACION CLIENTE	Versión 1: 15 -01-2020
	MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S	Pág. 1 de 2

Generalidades: En cumplimiento a lo dispuesto por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales mediante la Circular Externa 0170 del 10/10/02, las solicitamos diligenciar este formulario con sus datos como requisito indispensable para llevar a cabo las operaciones de Comercio ya que nuestra obligación, como prestadores del servicio de Transporte de Carga, es crear un banco de datos - CONFIDENCIAL- que contenga como mínimo la siguiente información: Solicitamos muy comedidamente Anexar los siguientes documentos:

- Cámara de Comercio (No mayor a 30 días)
- Fotocopia Documento de Identidad (Representante legal)
- Póliza de Seguro (Relacionando la cobertura en viajes de Importación, exportación o distribución nacional de mercancías) SI Aplica
- Fotocopia del RUT
- Estados financieros
- Certificación Bancaria y de otros clientes, Certificaciones BASIC-CT-PAT-ISO Entre otras (SI aplica)

fecha: ____/____/____

1. Nombres y apellidos o Razón social			2. Identificación (CC o NIT)			
3. Dirección		4. Ciudad	5. Teléfonos		6. Fax	7. Correo electrónico
Principal:						
Sucursal1:						
Sucursal2:						
8. Apellidos y nombre de Representante(s) Legal(es)			9. Identificación		10. Dirección	
11. Actividad económica			12. Capital registrado			
13. Origen de los recursos						
14. Apellidos y nombre de las personas que realizan directamente las operaciones de comercio exterior			15. Identificación	16. Cargo		17. E-mail
18. Apellidos y nombre de las personas o entidades beneficiarias de las operaciones de comercio exterior			19. Identificación		20. Dirección	
21. Nombre los principales clientes			22. Identificación		23. Dirección	
24. Referencia Comercial			25. NIT		26. Teléfono	
R1						
R2						
27. Referencia Bancaria			28. Cuenta No		29. Teléfono	
R1						
R2						
30. Información Tributaria						
Grandes Contribuyentes Si ___ No ___ Retenedores IVA ___ ICA ___ Retención ___						
<small>DEBANDO EN NOMBRE PROPIO Y DE MANERA VOLUNTARIA Y DANDO CERTeza DE QUE TODO LO AQUI MENCIONADO ES CERTO, REALIZO LA SIGUIENTE DECLARACION DE FONDOS MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S. CON EL PROPOSITO DE DAR CUMPLIMIENTO LO SEÑALADO AL RESPECTO EN LA CIRCULAR DITERNA 0170 DE 2002 EXPEDIDA POR LA DIRECCION DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES, LEY 190 DE 1995 (ESTATUTO ANTICORRUPCION) LAS DEMAS NORMAS COMO: 1. LOS RECURSOS CON LOS CUALES REALIZO OPERACIONES QUE PROVIENEN DE LO DESCRITO EN LA CASILLA "ORIGEN DE LOS FONDOS" DE ESTE FORMULARIO. 2. DECLARO QUE ESTOS PRODUCTOS NO PROVIENEN DE NINGUNA ACTIVIDAD ILICITA DE LAS CONTEMPLADAS EN EL CODIGO PENAL COLOMBIANO O EN CUALQUIER NORMA QUE LO MODIFIQUE O ADICIONE. 3. NO ADMITIR QUE TERCEROS EFECTUEN EN MI NOMBRE OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR CON FONDOS PROVENIENTES DE ACTIVIDADES ILICITAS CONTEMPLADAS EN EL CODIGO PENAL COLOMBIANO O EN CUALQUIER NORMA QUE LO MODIFIQUE O ADICIONE, NI EFECTUARE TRANSACCIONES DESTINADAS A TALES ACTIVIDADES O A FAVOR DE PERSONAS RELACIONADAS CON LAS MISMAS; 4. EN CASO DE INFRACCION DE CUALQUIERA DE LOS NUMERALES CONTENIDOS EN ESTE DOCUMENTO, EXIMO A MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S. DE TODA RESPONSABILIDAD QUE SE DERIVE POR INFORMACION ERRONEA, FALSA O INDIACTA QUE YO HUBIERE PROPORCIONADO EN ESTE DOCUMENTO A DE LA VIOLACION DEL MISMO. EN CONSTANCIA DE HABER LEIDO, ENTENDIDO Y ACEPTADO LO ANTERIOR FIRMO EL PRESENTE DOCUMENTO.</small>						Firma del Representante Legal _____ Fecha:

**ANEXO 9 FO-COM-02 FORMATO ACUERDO DE SEGURIDAD (CLIENTE
EXPORTADOR)**

	GESTIÓN COMERCIAL	FO- COM-002
	FORMATO ACUERDO DE SEGURIDAD	Versión 1: 15 -01-2020
	MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S	Pág. 1 de 3

ASOCIADO DE NEGOCIO (Cliente Exportador)

FECHA ____/____/____

MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S, identificado con NIT. 900.990.694-2, junto con _____, identificado con NIT. _____. Y en compromiso con sus políticas de Seguridad, establece un mutuo acuerdo de cooperación con el fin de evitar actividades que involucren lavado de activos, narcotráfico o contrabando de mercancías ilícitas en cualquiera de sus procesos. (Por favor lea con Atención)

De acuerdo a nuestras necesidades, mediante este documento **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S** y **EL CLIENTE** se comprometen a ejecutar procesos enmarcados en ambientes seguros y a cumplir, entre otros, los siguientes parámetros de comportamiento:

- a. **Cumplir** con la Normatividad legal y de otra índole vigente.
- b. **El cliente** permite la visita de seguridad a las instalaciones de su empresa que por política de nuestra empresa debemos realizar, y a suministrar la información necesaria para la actualización de datos y documentación.
- c. **El cliente** está dispuesto a cumplir con los lineamientos mínimos de seguridad, como el conocimiento de sus asociados de negocio "cliente y proveedor" de la siguiente manera:
 - ✓ Identidad y legalidad de la empresa y de sus socios.
 - ✓ Antecedentes legales, penales y financieros.
 - ✓ Monitoreo de sus operaciones (actividad económica, origen de sus ingresos, características de sus operaciones con otros clientes, cumplimiento de contratos, antigüedad en el mercado).
- d. **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.** no prestara su servicio a empresas o entidades que tengan nexos con ilícitos o que presenten irregularidades legales.
- e. **El cliente**, se compromete bajo la gravedad de Juramento que los documentos y anexos necesarios para el correcto desarrollo de las operaciones son totalmente legales y así mismo se compromete a renovar su información de cámara de comercio, estados financieros, y demás documentos con periodicidad anual en aras de dar cumplimiento a los requisitos establecidos en la circular 170 de la DIAN y las demás que no se encuentren referenciadas en este acuerdo.
- f. **El cliente** informara a **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.** y a las autoridades competentes el reporte oportuno cuando identifique operaciones sospechosas o cualquier actividad ilícita que ponga

ANEXO 10 FO-COM-03 FORMATO ACUERDO DE SEGURIDAD (CLIENTE IMPORTADOR)

	GESTIÓN COMERCIAL	FO - COM-03
	FORMATO ACUERDO DE SEGURIDAD	Versión 1: 01-02-2020
	MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S	Pág. 1 de 3

ASOCIADO DE NEGOCIO (Cliente Importador)

FECHA ____ / ____ / ____

MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S, identificado con NIT. 900.990.694-2, junto con _____, identificado con NIT. _____. Y en compromiso con sus políticas de Seguridad, establece un mutuo acuerdo de cooperación con el fin de evitar actividades que involucren lavado de activos, narcotráfico o contrabando de mercancías ilícitas en cualquiera de sus procesos. (Por favor lea con atención)

De acuerdo a nuestras necesidades, mediante este documento **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S** y **EL CLIENTE** se comprometen a ejecutar procesos enmarcados en ambientes seguros y a cumplir, entre otros, los siguientes parámetros de comportamiento:

- a. **Cumplir** con la Normatividad legal y de otra índole vigente.
- b. **Garantizar** las medidas de control apropiadas con el fin de evitar la realización de cualquier operación de comercio exterior que pueda ser utilizada como instrumento para el ocultamiento, manejo, inversión, o aprovechamiento de bienes o recursos provenientes de actividades ilícitas.
- c. **El cliente** está dispuesto a cumplir con los lineamientos mínimos de seguridad, como el conocimiento de sus asociados de negocio "cliente y proveedor" de la siguiente manera:
 - ✓ Identidad y legalidad de la empresa y de sus socios.
 - ✓ Antecedentes legales, penales y financieros.
 - ✓ Monitoreo de sus operaciones (actividad económica, origen de sus ingresos, características de sus operaciones con otros clientes, cumplimiento de contratos, antigüedad en el mercado).
- d. **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.** no prestara su servicio a empresas o entidades que tengan nexos con ilícitos o que presenten irregularidades legales.
- e. **El cliente** se compromete bajo la gravedad de Juramento que los documentos y anexos necesarios para el correcto desarrollo de las operaciones son totalmente legales y así mismo se compromete a renovar su información de cámara de comercio, estados financieros, y demás documentos con periodicidad anual en aras de dar cumplimiento a los requisitos establecidos en la circular 170 de la DIAN y las demás que no se encuentren referenciadas en este acuerdo.

ANEXO 11 FO-COM-04 FORMATO AUTORIZACIÓN CENTRALES DE RIESGO

	GESTIÓN COMERCIAL	FO- COM-04
	AUTORIZACIÓN CENTRALES DE RIESGO	Versión 1: 15 -01-2020
	MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S	Pág. 1 de 1

AUTORIZACIÓN

Yo, _____, identificado con la cédula de ciudadanía No. _____
 Expedida en _____, y actuando como representante legal de la compañía
 _____ con NIT: _____ autorizo a la compañía **MOVILIZAR
 CARGA INTERNACIONAL SAS** con NIT: **900.990.694-2** de manera voluntaria e informada, para
 que la información comercial, crediticia, financiera y de servicios de la cual soy titular,
 referida al nacimiento, ejecución y extinción de obligaciones dinerarias, o referida a mi
 comportamiento e historial crediticio, incluida la información positiva y negativa de mis
 hábitos de pago, sea en general consultada en las centrales de información crediticia,
 incluida la base de datos DATACREDITO.

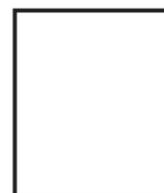
El objetivo de esta autorización es poder acceder a la referida información, con la finalidad
 de verificar mi historial y comportamiento crediticio y financiero.

Certifico que los datos personales suministrados por mí, son veraces, completos, exactos,
 actualizados, reales y comprobables. Por tanto, cualquier error en la información
 suministrada será de mi única y exclusiva responsabilidad, lo que exonera a **MOVILIZAR
 CARGA INTERNACIONAL SAS** de su responsabilidad ante las autoridades judiciales y/o
 administrativas.

Declaro que he leído y comprendido a cabalidad el contenido de la presente
 Autorización, y acepto la finalidad en ella descrita y las consecuencias que se derivan de
 ella.

 FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL

C.C. _____



ANEXO 12 FO-COM-05 FORMATO VISITA DE SEGURIDAD CLIENTE

	GESTIÓN COMERCIAL	FO- COM-05
	VISITA DE SEGURIDAD CLIENTE	Versión 1: 01-02-2020
	MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S	Pág. 1 de 2

CLIENTE:

DIRECCIÓN:

E-MAIL:

FECHA:

NIT:

TELÉFONOS:

**1. Descripción de ubicación e instalaciones de la empresa****Observaciones:**

Esta empresa cuenta con las condiciones adecuadas tanto de manejo de sus productos como de seguridad

2. Comportamiento del cliente ante la visita**Observaciones:**

El cliente presentó un comportamiento normal y tranquilo durante todo el tiempo de la visita, lo que evidencia la veracidad de la información suministrada

3. ¿La actividad del cliente es acorde con el objeto social de la empresa? SI: NO:**Observaciones:**

El cliente cumple a cabalidad con su objeto social

4. ¿La información suministrada en el registro "identificación del cliente- Circular 0170" es veraz? SI: NO:**Observaciones:**

Toda la información que la empresa suministro fue verificada

5. ¿Las instalaciones de la empresa ofrecen seguridad a la carga respecto a una posible contaminación? SI: NO:**Observaciones:**

Las instalaciones de la empresa cuentan con un sistema de cámaras de seguridad.

NOMBRE DEL FUNCIONARIO QUE ATENDIÓ LA VISITA:

Nombre(s) y apellidos

Cargo (s)

Firma (s)

ANEXO 13 FO-COM-06 FORMATO AUTORIZACIÓN DE TRATAMIENTO DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

	GESTIÓN COMERCIAL	FO- COM-06
	AUTORIZACIÓN DE DATOS PERSONALES	Versión 1: 01 -02-2020
	MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S	Pág. 1 de 1

AUTORIZACIÓN DE TRATAMIENTO DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

Dando cumplimiento a lo dispuesto en la Ley 1581 de 2012, "Por el cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales" y de conformidad con lo señalado en el Decreto 1377 de 2013, con la firma de este documento manifiesto que he sido informado por **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.** de lo siguiente:

MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S. actuará como responsable del tratamiento de datos personales de los cuales soy titular y que, conjunta o separadamente podrá recolectar, usar y tratar mis datos personales conforme la Política de Tratamiento de Datos Personales de **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.**

Que me ha sido informado la finalidad de la recolección de los datos personales, la cual consiste en: **VINCULO COMERCIAL**.

Mediante el correo electrónico de la empresa comercial@movilizarcarga.com, podré radicar cualquier tipo de requerimiento relacionado con el tratamiento de mis datos personales.

MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S. garantizará la confidencialidad, libertad, seguridad, veracidad, transparencia, acceso y circulación restringida de mis datos y se reservará el derecho de modificar su Política de Tratamiento de Datos Personales en cualquier momento. Cualquier cambio será informado.

Teniendo en cuenta lo anterior, autorizo de manera voluntaria, previa, explícita, informada e inequívoca a **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.** para tratar mis datos personales de acuerdo con su Política de Tratamiento de Datos Personales para los fines relacionados con su objeto.

La información del formato del cual forma parte la presente autorización la he suministrado de forma voluntaria y es verídica.

Se firma en la ciudad de _____, el día ____ de _____ de 2020.

Atentamente,

Razón Social:

NIT:

Nombre:

Representante Legal

C.C. _____ de _____

ANEXO 14 FO-COM-07 FORMATO CARTA DE GARANTÍA DE CONTENEDORES

Por favor imprimir en hoja membreteada de la compañía Y autenticado

San Jose de Cúcuta XXX XX de 2020

Señores
MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.
 Cúcuta

Asunto: Carta Garantía para pago de daños, demoras y limpiezas de contenedores.

Respetados Señores:

Por medio de la presente, la compañía xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx con NIT. xxxxxxxxxxxxxxxx constituida en la ciudad de xxxxxxxx con representante legal xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx identificado(a) con cedula de ciudadanía No. xxxxxxxx expedida en xxxxxxxxxxxxxxxx constituimos compromiso formal a favor de **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S., con NIT. 900.990.694-2** como controlador debidamente contratado por todas las líneas marítimas, para el pago de los cargos por concepto de daños, demoras, limpiezas, e inclusive pérdida total o parcial que presenten los contenedores de todas las líneas Marítimas que arriben por los puertos colombianos de **BUENAVENTURA, CARTAGENA, BARRANQUILLA Y SANTA MARTA.**

La presente Carta de Garantía tiene por objeto autorizarle a **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.** para que libere los contenedores mencionados, en la seguridad de que el pago de los daños, demoras y/o limpiezas que se presenten al momento de la devolución de los contenedores vacíos a los depósitos, están garantizados por nuestra Empresa, a pesar de que los BL sean endosados a favor de todos nuestros clientes.

Es decir, declaramos expresamente que aceptamos las cuentas que por tal concepto nos presente **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.**, en concordancia con los Términos y Condiciones pactados en el Contrato de Transporte Marítimo suscrito con todas las líneas marítimas.

Las cuentas en mención constituyen una obligación clara, expresa y actualmente exigible a nuestro cargo y prestan mérito ejecutivo, para lo cual renunciamos a los requerimientos de ley para ser constituidos en mora, para lo cual bastará la presentación de los documentos que acreditan los valores correspondientes.

Valida Por Un Año

Firma Representante legal
 Nombre:
 C.C.:
 Sello de la compañía.

ANEXO 15 FO-COM-08 CARTA DE GARANTÍA FLETES

Por favor imprimir en hoja membreada de la compañía Y autenticado

San Jose de Cúcuta, _____ de 2020

Señores:
MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.
 Cúcuta

Ref.: CARTA GARANTIA SOBRE EL PAGO DE FLETES Y MANEJOS

Por medio de la presente, la compañía xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx con NIT. xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx constituida en la ciudad de xxxxxxxx con representante legal xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx identificado(a) con cedula de ciudadanía No. xxxxxxxxx expedida en xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx constituimos compromiso formal a favor de **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.**, Con NIT **900.990.694-2** para el pago de los fletes marítimos /aéreos y de transporte terrestre correspondientes a los embarques de importación y exportación que nuestra firma efectúe con **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.** en un plazo no superior a 30 (treinta) días calendario contados a partir de la fecha de la correspondiente factura de fletes.

Declaramos expresamente que aceptamos las facturas que por tal concepto nos presente **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.**, y que las mismas son exigibles desde el momento de su presentación. Además, nos comprometemos a cancelar dichas facturas por su valor total y sin que su cancelación implique renuncia a nuestros derechos por posibles reclamaciones por la liquidación de los fletes. Si **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.**, por cualquier causa, tuviera que pagar obligaciones correspondientes a las que se refiere esta garantía, tendría acción de repetición contra los garantes, por las sumas pagadas más los intereses moratorios causados.

Aceptamos que si no cumplimos con el pago en el plazo pactado **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.**, puede dar por cancelada la Liberación Automática.

El objeto de la presente carta de garantía es que **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.**, autorice a sus oficinas portuarias a entregar a nuestros representantes en puerto los conocimientos de embarque originales y liberados correspondientes a dicha factura, estando garantizado el pago total por este documento según lo antes expuesto.

Esta carta de garantía estará vigente hasta diciembre 31 del año 2020 sin embargo, aceptamos que **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.**, con su aviso previo de treinta (30) días, podrá darla por cancelada.

Atentamente,

Firma Representante legal

Nombre:

C.C.:

Sello de la compañía.

ANEXO 16 FO-COM-09 FORMATO CARTA DE INSTRUCCIONES PAGARÉ

CARTA DE INSTRUCCIONES PARA LLENAR EL PAGARE CON ESPACIOS EN BLANCO

San Jose de Cúcuta XX de febrero de 2020.

Señores
MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S
 Ciudad

Yo **XXXXXXXXXX** mayor de edad, identificado(a) tal y como aparece al pie de mi firma, actuando en mi calidad de Representante Legal de **XXXXXXXXXXXXXXXXXX**, sociedad domiciliada en autorizo de manera permanente e irrevocable a llenar el **PAGARE**, que he otorgado a la orden de Ustedes, suscrito con espacios en blanco, en caso de que no cancelemos en la fecha acordada los valores correspondientes a la(s) Factura(s) Cambiaria(s) de Transporte ó la relación de éstas, originadas por el Contrato de Transporte celebrado entre las partes. El **PAGARE** podrá ser llenado sin previo aviso en la siguiente forma:

1. El pagaré podrá ser llenado en caso de que se adeude cualquier suma de dinero a **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL SAS**, en especial cuando se incumpla con el pago de la(s) Factura(s) Cambiaria(s) de Transporte ó la relación de éstas, originada(s) por el Contrato de Transporte celebrado entre las partes, sin necesidad que medie requerimiento judicial ó extrajudicial alguno.
2. La cuantía del pagaré será igual a la suma que se adeude al momento de ser llenado.
3. La fecha de vencimiento será aquella que corresponda al día que sea diligenciado el pagaré, conforme a las presentes instrucciones.
4. la suma sobre la cual se cancelarán intereses moratorios será aquella que se adeude al momento del diligenciamiento del pagaré. La tasa de interés de mora será la tasa máxima permitida por la ley para el período respectivo.
5. La cuantía del pagaré se pacta en pesos colombianos.

En la fecha he recibido copia de esta carta de instrucciones.

Atentamente,

FIRMA Y SELLO

XXXXXXXXXXXX

NOMBRE

XXXXXXXXXXXX

C.C. / NIT.

ANEXO 17 FO-COM-10 FORMATO PAGARÉ

PAGARE

Yo _____ mayor de edad, domiciliado(a) en la ciudad de _____, identificado(a) tal y como aparece al pie de mi firma, actuando en mi calidad de Representante Legal de _____ sociedad domiciliada en _____, por virtud del presente título valor, hago constar que pagaremos incondicionalmente y de manera solidaria, en la ciudad y dirección indicados, el día _____ del mes de _____ del año a la orden de **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S** sociedad colombiana legalmente constituida ó a quien represente sus derecho la suma de _____

(\$ _____) M/CTE. Igualmente sobre la suma de _____

(\$ _____) M/CTE., reconoceré (mos) intereses de mora a la tasa máxima legal permitida por la ley, así como los gastos de cobranza, incluyendo honorarios de abogado, sin necesidad de requerimiento judicial ó extrajudicial, a los cuales expresamente renuncio. **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.** podrá exigir el pago inmediato de las obligaciones ya sea judicial ó extrajudicialmente cuando él (los) deudor(es) entre(n) en mora ó incumpla una cualquiera de las obligaciones del presente documento y/o del Contrato de Transporte suscrito entre las partes.

Autorizamos a **MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S.** en caso de incumplimiento para ser reportado en las Centrales de Riesgos y Entidades anexas a la Superintendencia Bancaria.

Se suscribe este PAGARE en la ciudad de Cúcuta, a los XXX días del mes de xxxxxx del año 2020.

OTORGANTES:

FIRMA Y SELLO

NOMBRE:

C.C. / NIT.:

DIRECCIÓN:

TELEFONO:

ANEXO 18 FO-GC -06 FORMATO SOLICITUD COTIZACIÓN

	GESTIÓN COMERCIAL		FO-GC-06
	SOLICITUD COTIZACIÓN		Versión 1:01-02-2020
	MOVILIZAR CARGA INTERNACIONAL S.A.S		Pág. 1 de 1
Fecha: _____			
INFORMACION CLIENTE			
Contacto: _____ Teléfono: _____			
E-mail: _____			
INFORMACION DE LA MERCANCIA			
Descripción: _____			
Modalidad	EXPO <input type="checkbox"/>	IMPO <input type="checkbox"/>	
Carga peligrosa	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	IMO _____ UN _____
Dimensiones	Largo_ _____ Ancho_ _____ Alto _____	Volumen: _____ Volumen: _____	No. de piezas: _____ Tipo de empaque: _____
INFORMACION DEL SERVICIO			
Términos de Compra: FOB <input type="checkbox"/> CIF <input type="checkbox"/> EXW <input type="checkbox"/> OTRO _____			
Si es EXW por favor indicar dirección de recogida: _____			
Origen: _____ Destino: _____			
Modalidad	FCL 20' <input type="checkbox"/> 40' <input type="checkbox"/> HC <input type="checkbox"/> OT <input type="checkbox"/> FR <input type="checkbox"/> RF <input type="checkbox"/> OTRO _____		
	LCL <input type="checkbox"/>		AEREO <input type="checkbox"/>
FLETE PREPAGADO	<input type="checkbox"/>	FLETE AL COBRO	<input type="checkbox"/>
OBSERVACIONES: _____			

ANEXO 19 REGISTRO OFICINA

