

“Mapa interactivo de información de caracterización de las navieras”.



Estudiante:

Osorio Páez Jenifer Dayana

Universidad Santo Tomás

Facultad De Negocios Internacionales

División de ciencias económicas

“Mapa interactivo de información de caracterización de las navieras”

Osorio Páez Jenifer Dayana

Universidad Santo Tomás

Proyecto de grado

Bastidas Mahecha Fabio Alejandro - Johnn Milton Diaz Villarraga

Transporte de mercancía marítima

Facultad De Negocios Internacionales

Bogotá D.C Colombia

Agradecimientos

Principalmente agradezco a Dios y a mis padres Elsa Marina Páez y Manuel Antonio Osorio por su gran esfuerzo, dedicación y motivación diaria en el acompañamiento de este gran proceso tan importante en mi vida, sin ellos no hubiera sido posible cumplir este sueño profesional para ser una gran titulada de Negocios internacionales.

Gracias a la Universidad Santo Tomás por tan prestigiosa gestión académica, a cada uno de los profesores donde me enseñaron no solo temas académicos, sino también el camino de la vida profesional actuando de manera honesta y recalcando que antes de ser un gran profesional hay que ser una gran persona.

Resumen

Este proyecto de grado se basa en la ejecución de una página web donde se puede encontrar un mapa interactivo con información relevante de los destinos, navieras y tipos de contenedor, para facilitar y optimizar tiempo en la cotización donde se evidencia información a partir de los proveedores marítimos que tiene DSV AIR & SEA, esto se debe a que en el área Energy & Project se busca implementar un mejor servicio en el tiempo de respuesta con el proceso de cotización marítima ante el cliente. Se espera que este proyecto tenga un alcance positivo no solo para el área de proyectos sino también para el área comercial y de ventas de la compañía.

Palabras claves: FCL, LCL, Procurement, profit, pricing analyst, carrier, proveedores, mapa interactivo, optimización, tiempo de respuesta.

Índice

Contenido	
Agradecimientos	3
Resumen	3
Índice	4
Introducción	5
1. DSV AIR & SEA	6
1.1. Aspectos Generales	6
1.1.1 Misión:	6
1.1.2 Visión:	7
1.1.3 Valores	7
1.1.4 Ubicación geográfica	8
1.1.5 Análisis Organizacional	8
1.1.5.1 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.	9
1.1.5.2 Funciones para desarrollar	9
1.1.6 Análisis DOFA	10
2. Planteamiento De Plan De Mejora	10
2.1. Planteamiento central del informe de prácticas profesionales	10
2.1 Importancia, limitaciones y alcances	12
2.2.1 Importancia	12
2.2.2 Limitaciones	13
2.2.3 Alcance	13
2.3 Objetivos	14
2.3.1 Objetivo General:	14
2.3.2 Objetivos específicos:	14
3. Plan de Mejora	14
3.1 Propuesta de plan de mejoras	14
3.2 Conclusiones	16
3.1. Bibliografía	18
Bibliografía	¡Error!
Marcador no definido.	
3.2. Anexos	19
4. Seguimiento Prácticas	19
4.1. Programación de actividades realizadas en la organización	19
4.2. Cumplimiento de objetivos trazados por mes	19
4.1.1 Ciclo 1	19
4.1.2 Ciclo2 (AGOSTO – SEPTIEMBRE)	20
4.1.3 Ciclo 3 (OCTUBRE-NOVIEMBRE)	21
4.1.4 Ciclo 4 (DICIEMBRE)	22

Introducción

El Mapa interactivo presentado será un modelo de información en una página web, que tiene como objetivo mejorar y agilizar la búsqueda de cuáles son las navieras tanto LCL como FCL que llegan a un país específico y cuales contenedor se puede utilizar facilitando una respuesta oportuna a los clientes que tiene la compañía DSV. El plan de mejora se crea debido a que el área de pricing al momento de cotizar era difícil saber, entender y elegir cual naviera es la más adecuada para mover la carga extra dimensionada ya que esto puede tener un impacto significativo en la cadena de suministro y los costos.

Cabe resaltar que la OMI (Organización marítima internacional) es el organismo especializado de las naciones unidas, es muy importante al tener que cotizar ya que esto define la seguridad del embarque cuando ya se vaya a realizar la operación completa de exportación marítima según “La OMI (la Organización Marítima Internacional) es el organismo especializado de las Naciones Unidas responsable de la seguridad del transporte marítimo y de la prevención de la contaminación marina y atmosférica causada por los buques” (ORGANIZACION MARÍTIMA INTERNACIONAL, 2020)

Este mapa interactivo se realizó con el propósito de brindar información precisa y actualizada de los diferentes destinos a los que llegan ciertas navieras, esto trae un valor agregado para toda el área de procurement y pricing para proporcionarle al cliente un mejor trayecto con un tiempo de tránsito adecuado y que la mercancía llegue lo más pronto posible al destino final. Adicionalmente este proceso automatizado tendrá una interfaz amigable que facilita la información sobre contenedores y navieras, que puedan adaptarse a las especificaciones del cliente, con ello

evitar demorar en el proceso de información que antes era un inconveniente para la compañía. Por último, mejorará el entendimiento al freight forwarder sobre el transporte marítimo global.

1. DSV AIR & SEA

DSV es una empresa danesa de logística y transporte que ofrece una amplia gama de servicios en el ámbito de la cadena de suministro y la gestión de la logística. El nombre DSV proviene de las iniciales de "De Sammensluttede Vognmænd" en danés, que se traduce como "Los Empresarios Unidos".

DSV es una de las principales empresas de logística a nivel mundial y opera en más de 80 países. Ofrece servicios de transporte de mercancías por carretera, marítimos, aéreos y ferroviarios, así como soluciones de almacenamiento, gestión de inventarios, aduanas y otros servicios relacionados con la cadena de suministro. La empresa atiende a una amplia variedad de industrias y clientes, desde pequeñas empresas hasta grandes corporaciones. (DSV, DSV, 2023)

1.1.Aspectos Generales

1.1.1 Misión:

Diseñamos nuestra infraestructura, física y digital, para ofrecer niveles de servicio de alta calidad y flujos de trabajo eficientes. La excelencia operativa va de la mano de la sostenibilidad. Una cadena de suministro bien planificada también es una cadena de suministro más ecológica. (DSV, DSV, s.f.)

1.1.2 Visión:

Queremos ser un proveedor líder a nivel mundial, cumpliendo con las necesidades de los clientes en cuanto a servicios de transporte y logística, al mismo tiempo que nos orientamos a crecer exponencialmente para estar entre las empresas más rentables de nuestro sector. (DSV, DSV, s.f.)

1.1.3 Valores

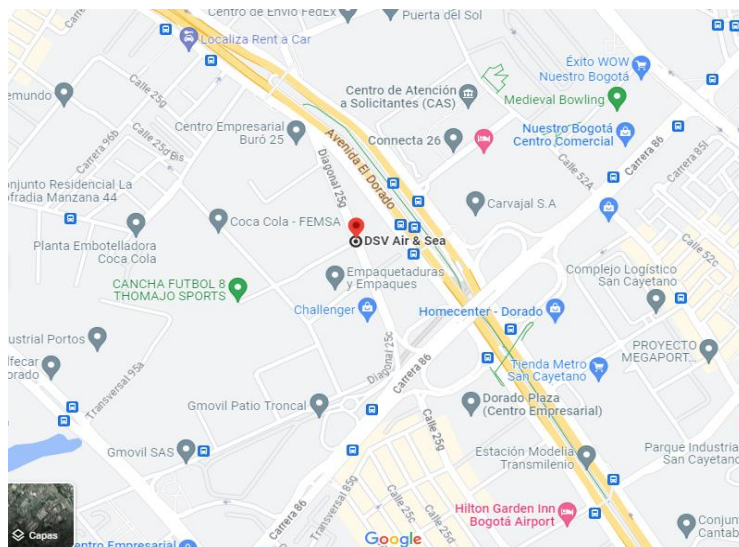
- Nuestros clientes primero
 - Ofrecemos grandes experiencias a nuestros clientes y un servicio de alta calidad
 - Somos proactivos en nuestras relaciones con los clientes y trabajamos duro para cuidar a los clientes existentes
 - Logramos que a los clientes les resulte fácil hacer negocios con nosotros
- El mejor rendimiento
 - Somos transparentes y nos motivan los resultados
 - Trabajamos juntos como ONE DSV en toda nuestra red global
 - Nos motiva el espíritu emprendedor y el empoderamiento local
- Colaboración verdadera
 - Asumimos responsabilidades y tomamos la iniciativa
 - Colaboramos y nos comunicamos de una manera respetuosa
 - Practicamos un diálogo abierto (DSV, DSV, s.f.)

La anterior información fue transferida literal dado que corresponde a la planeación estratégica de la empresa.

1.1.4 Ubicación geográfica

DSV Air & Sea Bogotá D.C

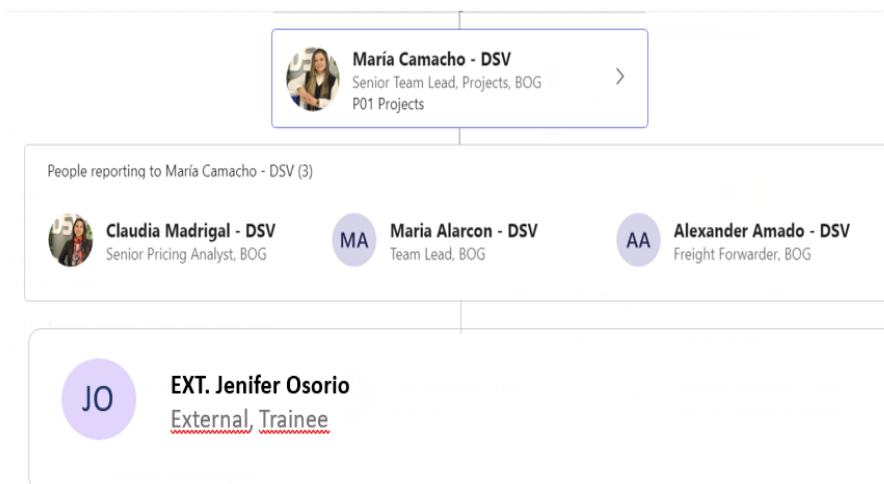
Dg. 25g #95a - 85, Torre 3 Tercer Piso



Tomado de :

<https://www.google.com/maps/dir/Dg.+25g+%2395a+-+85,+Torre+3+Tercer+Piso,+Bogor%C3%A1/@4.6798455,-74.1266681,16z/data=!4m8!4m7!1m0!1m5!1m1!1s0x8c3f9b67838c2481:0x338e8290ec3d5382!2m2!1d-74.1224036!2d4.6805448?entry=ttu>

1.1.5 Análisis Organizacional



Nota: Cuadro tomado de Teams obtenido por la empresa DSV (29 de noviembre de 2023) DSV Air & Sea Bogotá D.C.

1.1.5.1 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.

La práctica se realiza en el departamento proyectos que está dividida en pricing, operación y facturación. Esta división se encarga de toda la carga extra dimensionada de herramientas de gas, petróleo y energía. En el área de pricing se realizan cotizaciones de importación y exportación en todos los tráficos, aéreo internacional y doméstico, marítimos FCL y LCL y transporte terrestre, además esta área se encarga de la creación de clientes y proveedores, instrucción de la operación cuando la cotización ha sido aceptada, realizar cálculos y mirar cifras para que haya un margen de ganancia para la compañía y crear estrategias con todo el equipo para cada uno de los clientes. Tener en cuenta que el equipo de pricing es quien revisa documentación por si la carga es dangerous, si es valiosa o si en su defecto al país al que va tiene alguna restricción y prohibición con el comercio internacional.

1.1.5.2 Funciones para desarrollar

- Realizar cotizaciones directamente al cliente según la solicitud.
- Buscar la mejor aerolínea o naviera para que se brinde un mejor servicio
- Buscar a nuestras oficinas de origen para cotizar las importaciones
- Según estrategias, mirar cuanto profit se puede dejar en cada operación según cliente y solicitud
- Realizar el control documental para la creación de clientes y proveedores
- Hacer seguimiento de la oferta que se le dio al cliente de los embarques marítimos y aéreos tanto de importación como de exportación.
- Instrucción de la operación al freight forwarder cuando la oferta ha sido aceptada

1.1.6 Análisis DOFA

MATRIZ DOFA	
DEBILIDADES	AMENAZAS
* Insuficiencia en información sobre navieras y sobre contenedores causando pérdidas excesivas en recurso de embarque * El no tener la información correcta de las navieras genera retraso en los tiempos de respuesta * No tener información de los contenedores puede llegar a causar pérdidas en los precios de los embarques.	* Falta de actualización de información que alimenta el modelo de manera periódica. * Cambios de las regulaciones de las navieras puede afectar el negocio por ende genera inconvenientes con el cliente * Constantes cambios de los convenios comerciales que puedan existir entre la compañía y las navieras.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
* Adaptación al cambio con base a las necesidades o requerimientos de los clientes * Facilidad de acceso de uso de modelos a través de la herramienta informática como Microsoft Excel * Fácil adaptación y aprendizaje para identificar según la carga y dimensiones los contenedores (LCL o FCL)	* Crecimiento de las navieras a nivel global, esto genera mayor interés en el cliente al utilizar esta modalidad de transporte. * La globalización de las navieras puede generar mayor demanda en las solicitudes marítimas al equipo de pricing de DSV. * El desarrollo de nuevos mercados y rutas puede generar mayor oportunidad para ofrecer información y servicios con el transporte marítimo.

Nota: Elaboración Propia a partir de la información suministrada por la empresa. (15, 11, 2023)

2. Planteamiento De Plan De Mejora

2.1. Planteamiento central del informe de prácticas profesionales

Durante los primeros meses de práctica se logró evidenciar la dificultad en obtener información de proveedores, se requiere disminuir los tiempos de respuesta y con ello lograr optimizar la interacción con cliente en lo referente a las cotizaciones marítimas, lo que ha generado retrasos en las operaciones y la posibilidad de pérdidas del embarque, ya que el cliente decide trabajar esa operación con otro freight forwarder, lo que genera desconfianza y pérdida de imagen para la empresa, por lo que el plan de mejora se basa en crear una herramienta que apoye y soporte los procesos de gestión de información para que se presente una mejora del procedimiento y experiencia del cliente, pretendiendo lograr

cotizaciones de carácter oportuno y de acuerdo con las características por cada cliente en particular.

La idea de este plan de mejora es diseñar un mapa interactivo en una página web que a través de la automatización de rutinas pueda generar información de fácil acceso y con la calidad suficiente para poder establecer procedimientos en el menor tiempo posible y con suficiencia de información que permita tomar decisiones en cuanto a enviar la cotización con la mejor naviera. Esto elimina los procesos improcedentes tales como el envío y trámites de correos masivos a las navieras que en el mejor de los casos respondían en un plazo mínimo de 72h. Este tiempo es demasiado por lo tanto se puede perder la comunicación con el cliente y por ende el uso de este servicio por la competencia.

Con el proceso planteado el tiempo de respuesta puede oscilar entre 2 – 4 horas, lo que ocasiona una reducción satisfactoria para el cliente y por ende la generación de nuevo ingreso para la compañía.

El proceso anterior se basaba en que el cliente envía su solicitud de exportación o importación marítima para una cotización, el analista de pricing procede a enviar correos a todas las navieras según la solicitud, preguntando si pueden ir a ese destino y si tienen el servicio disponible según tipo de contenedor, lo que conlleva mucho tiempo al enviar correos y más aún el tiempo de respuesta por cada uno de estos proveedores. Al tener respuesta por las navieras ya se comienza a escoger cual es mejor en relación tiempo de tránsito y costo, luego se procedía a realizar la cotización y envío al cliente, proceso que finalmente tardaba 2 o 3 días, lo que generaba en muchas ocasiones pérdida de esta oportunidad de negocio ya que el cliente se iba con la competencia.

Actualmente con el mapa interactivo de información donde se encuentran por ahora los destinos más frecuentes y las navieras que llegan a ese país, su contacto y los posibles tipos de contenedor, cada vez que el cliente solicite una cotización marítima, se pueda utilizar esta herramienta para optimizar el proceso y generar asertividad en el área de pricing ante el cliente ya que en un tiempo de 2-4 horas se puede enviar la cotización al cliente con la mejor oferta, una mayor atención y en un tiempo muy corto de respuesta.

La idea se presta para que de manera progresiva se vaya alimentando el mapa interactivo a medida del tiempo y la recopilación diaria de datos según cada operación nueva que se reciba y así ir reduciendo el tiempo de respuesta para el cliente. Este plan de mejora está pensado para que cada uno de los analistas del área de pricing, sea operativo o de practicante se pueda adaptar a modelo e ir generando disminución de problemas al momento de cotizar.

2.1 Importancia, limitaciones y alcances

2.2.1 Importancia

La optimización de información y de tiempo es uno de los factores para que la herramienta implementada pueda mejorar con la organización de proveedores y destinos que se encuentran en ella.

Se espera tener una mejora en la toma de decisiones en cuanto a que proveedor vamos a utilizar para ofrecer el mejor servicio en relación tiempo de tránsito-costos.

Si se reduce el tiempo de respuesta se pueden generar nuevos clientes potenciales para la compañía.

2.2.2 Limitaciones

La actualización de datos y saber que navieras llegan a los destinos más difíciles por el manejo de la carga extra dimensionada es una limitación, ya que a medida del tiempo toca preguntar a cada naviera si llega a ese lugar para ir actualizando el mapa interactivo y algunas veces no se obtiene información.

De igual manera el comportamiento del mercado es cambiante debido a que se generan actualizaciones que no se realizan dentro de la empresa y esto repercute en cuanto a la vigencia de destino, orígenes, rutas y demás información, ya que unas veces las navieras pueden cambiar de ruta e ir actualizando su catálogo de destinos, lo que genera desactualización en el mapa interactivo de la web.

2.2.3 Alcance

El mapa interactivo de información principalmente está dirigido a las personas del departamento de pricing de Proyectos para el manejo de cotización directamente con el cliente de petróleo, energía y gas.

Por medio de este mapa interactivo se le da un mayor alcance a los operativos que pertenecen al área de pricing de proyectos a la lista de proveedores marítimos por destino al cual se requiere exportar, no solo con la especificación de la naviera (HAPAG, CMG-CGM- WALLENIOUS-BBC) que va a ese destino, sino también de los tipos de contenedores y sus medidas (20ST – 40HQ- FLATRACK – BREAKBULK).

Es un mapa interactivo también puede ir dirigido para el departamento de ventas de la compañía ya que manejan exportaciones marítimas para clientes de carga general.

2.3 Objetivos

2.3.1 Objetivo General:

Diseñar un mapa interactivo que facilite la gestión de información de las navieras para determinar una cotización oportuna, actualizada y real de cada proveedor en particular.

2.3.2 Objetivos específicos:

- Organizar información sobre los países destino a los que las navieras pueden llegar con su correspondiente tipo de contenedor que se puede utilizar.
- Seleccionar e identificar los países más solicitados para mantener actualización continua sobre la naviera, grados o niveles de uso para gestionar la racionalización de los datos.
- Categorizar la información sobre las medidas de los contenedores estándar y especiales para facilitar un mejor desarrollo en el área de pricing en cualquier momento del proceso.

3. Plan de Mejora

3.1 Propuesta de plan de mejoras

La propuesta del plan de mejora está proyectada para mejorar la cotización en cuanto a tiempo de respuesta y costos de las solicitudes de los clientes, ya que se evidenció demoras a la hora de cotizar porque se le tenía que preguntar a cada una de las navieras sobre las rutas, destino y puertos ya que es información importante en el momento de realizar las cotizaciones. Lo anterior trae consecuencias para el área y para la compañía, ya que si los clientes no se sienten identificados con: costos, tiempo de respuesta y el nivel de

importancia que la empresa les brinda, puede generar pérdidas de grandes clientes. Los clientes que han generado reparos son de compañías de alta magnitud como HALLIBURTON, SCHLUMBERGER, BAKER los cuales son clientes petroleras estrellas que la empresa ha tenido demasiada actividad comercial en los últimos años.

Además de lo que el pricing analyts identifico, en muchas ocasiones al enviar la cotización y no ser aceptada por parte del cliente, se recibía un feedBack del mismo, mencionando que otro freight forwarder (competencia) ofrecía una mejor tarifa y un mejor tiempo de respuesta en las exportaciones marítimas, y que además mantenían un portafolio más amplio de navieras. Cabe resaltar que DSV no conocía dicha información lo que representa pérdidas de clientes potenciales.

Para desarrollar una mejor propuesta y un mejor servicio a nuestros clientes, se desarrollaron varias llamadas a lo largo del semestre con el área de procurement (Área de negociación con los proveedores), la cual es la encargada de negociar tarifas e indicarnos nuevas actualizaciones de los proveedores, lo cual nos ayuda a conocer nuevos portafolios de destinos de cada una de las navieras, competencia, por lo tanto ofrecer un mejor catalogo a nuestros clientes y adaptado a cada solicitud en particular

Al tener esta información más detallada y actualizada se procedió a realizar el mapa interactivo con cada uno de los destinos más frecuentes, navieras y tipos de contenedor. De esa manera cuando iniciamos la implementación en el área, se evidenció que los destinos con pozos petroleros como en el caso de el Cairo, Nigeria, Argelia, Angola, Kuwait mejoró en tiempo de respuesta, tanto en tránsito en la ruta y mejores propuestas de navieras para nuestros clientes.

El Mapa Interactivo es una página web innovadora que facilita a las empresas exportadoras de herramientas de petróleo la búsqueda de información crucial para sus operaciones. En él, encontrarás un mapa del mundo que te permite explorar los principales países destino de herramientas petroleras, junto a datos relevantes de los tipos de contenedores.

Al hacer clic en un país específico, se abrirá una pestaña con información detallada sobre las navieras que operan en ese país. Esta información incluye:

- **Nombres de las navieras:** Conoce las empresas de transporte marítimo que ofrecen rutas hacia el país seleccionado.
- **Tipos de contenedores:** Descubre qué tipos de contenedores están disponibles para tus envíos, desde contenedores estándar hasta opciones especiales para cargas de gran tamaño o peso.

3.2 Conclusiones

Gracias a la implementación de la mapa interactivo en donde se relacionan los diferentes Carrier (proveedores) marítimos, con destinos frecuentes y tipos de contendores , se vio un impacto notable en los tiempos de cotización, ya que por un lado los clientes estaban más satisfechos del servicio de cotización como primera instancia del proceso de exportación y por otro lado, para el pricing analyts es decir que ya no es necesario enviar gran cantidad de correos a las navieras preguntando si manejaban ese destino con la carga extra-dimensionada que necesitaba mover el cliente.

Con este mapa interactivo también se dio una visual de cuáles son los destinos más frecuentes para exportación de herramientas petroleras. Con esto evidenciamos que no estábamos cerrando

negocios por la falta de conocimiento e información de la totalidad de navieras y los tipos de contenedores que utilizaban para ciertos destinos, por lo anterior el mapa interactivo tiene un grado de eficiencia que permite mejorar frente a la competencia por ofrecer mejores proveedores combinado el mejor servicio forwarder de DSV.

Es importante resaltar que este mapa interactivo de información no solo ayudó a que cada analyst pricing pueda utilizarla y minimice los correos de respuesta por parte de las navieras que pueden llegar a demorarse más de 48 h en darnos respuesta, sino que también ayudó a optimizar y agilizar tiempo de respuesta con ello llegar a tener mejor control y calidad sobre información de navieras con sus diferentes servicios, sobre todo para direccionar carga extra-dimensionada, carga suelta o consolidada (LCL) y servicio FCL y así potencializar el servicio comercial en el área de proyectos de la empresa DSV.

La recomendación para las próximas personas que ocupen el cargo en el área de proyectos es actualizar la página web con información semanal o quincenal según las actualizaciones de portafolio de cada uno de las navieras.

Bibliografía

DSV. (2023). *DSV*. Obtenido de Propósito y estrategia: <https://www.dsv.com/es-es/sobre-dsv/proposito-y-estrategia>

DSV. (s.f.). *DSV*. Obtenido de DSV: <https://www.dsv.com/es-mx/sobre-dsv/valores>

ORGANIZACION MARITIMA INTERNACIONAL. (2020). Obtenido de INTRODUCCION A LA OMI: <https://www.imo.org/es/About/Paginas/Default.aspx>

3.1. Anexos

<https://shakis2002.wixsite.com/mapa-de-las-navieras>

4. Seguimiento Prácticas

4.1. Programación de actividades realizadas en la organización

ACTIVIDADES	FRECUENCIA
ELABORACIÓN DE COTIZACIONES DE 10 CLIENTES Y OFICINAS DEL EXTERIOR	DIARIO
REUNIONES CON CLIENTES	MENSUAL
REUNIONES CON PROVEEDORES	SEMANAL
REALIZAR SEGUIMIENTO DE ACTUALIZACIÓN DE PROVEEDORES Y CLIENTES EN EL SISTEMA DE DSV	SEMANAL
SOLICITUD DE ITINERARIO DE NAVIERAS Y AEROLINEAS	SEMANAL
VALIDAR VIGENCIA EN LAS TARIFAS SUBIDAS A TEAMS	SEMANAL

Nota: Elaboración Propia a partir de las actividades realizadas durante las prácticas profesionales (15, 12, 2023)

4.2. Cumplimiento de objetivos trazados por mes

4.1.1 Ciclo 1

	SEMANA	ACTIVIDADES	LOGROS	DIFICULTADES
JULIO	SEMANA 1	Inducción DSV AIR & SEA	Lograr conocer la empresa, historia, sedes, representante legal y funciones	
	SEMANA 2	Capacitaciones del cargo de practicante de pricing en el área Proyectos	Capacitaciones de las funciones y visual de las herramientas a utilizar	Tiempo que tomaba las capacitaciones a los funcionarios
	SEMANA 3	Introducción de las oficinas DSV y agentes Cropa	Manejo de la solicitud a nivel global tanto de exportación como de importación	La diferencia horaria a la hora de cotizar y cambio de moneda
	SEMANA 4	Capacitación de los INCOTERMS	Tener un conocimiento a profundidad de los términos de negociación	Mucha información según el manejo de cada cliente

4.1.2 Ciclo2 (AGOSTO – SEPTIEMBRE)

	SEMANA	ACTIVIDADES	LOGROS	DIFICULTADES
AGOSTO	SEMANA 1	Introducción a Global toolbox, SADE, MyCargo	Tener manejo de las principales herramientas de búsqueda	No hubo una capacitación o empalme del anterior practicante
	SEMANA 2	Capacitación de la terminología del comercio internacional	Aprender sobre medidas de contenedores y aviones para carga extra dimensionada	Mucho lenguaje técnico
	SEMANA 3	Entrega de 5 clientes (Weatherford - Hitachi-ABB-Schneider-Enerland)	Entender cada uno de las dos cuentas y los servicios que utilizaban con DSV	Falta de información completa de los términos de negociación de cada uno
	SEMANA 4	Explicación de las estrategias y herramientas	Capacitación del formato en el que se hacen las cotizaciones	

	SEMANA	ACTIVIDADES	LOGROS	DIFICULTADES
SEPTIEMBRE	SEMANA 1	Manejo del cuadro de control- Creación del plan de mejora	Lograr KPI'S	Diligenciar la información diaria
	SEMANA 2	Explicación de creación de proveedores y clientes	Vincular a nuevos clientes y proveedores a DSV después de una serie de filtros de seguridad	Falta de información de datos (BAF - ISO) de la empresa para llenar los documentos
	SEMANA 3	Entrega de 2 clientes (Halliburton-Alkorayef)	Entender la cuenta y los servicios que utiliza con DSV	No había tanto contacto con el cliente
	SEMANA 4	Reuniones comerciales con los clientes y	Conocer lo que espera el cliente de DSV	La mayoría de clientes requieren al menos 1 día para la cotización

		proveedores- plan de mejora		
--	--	-----------------------------	--	--

4.1.3 Ciclo 3 (OCTUBRE-NOVIEMBRE)

	SEMANA	ACTIVIDADES	LOGROS	DIFICULTADES
OCTUBRE	SEMANA 1-2	Manejo de plataformas operativas de la compañía – realizando base de datos para el proyecto de mejora	Aprendizaje de aplicativos como CW1 donde se ve toda la información de los embarques	Los comandos del aplicativo
	SEMANA 3-4	Capacitaciones sobre las demás aéreas de la compañía (Carga seca - Pharma)	Conocer más sobre lo que hace la empresa para en un futuro querer rotar por cada una de ellas	

	SEMANA	ACTIVIDADES	LOGROS	DIFICULTADES
NOVIEMBRE	SEMANA 1-2	Realización de una licitación para Femsa	Capacidad de aprender proyectos grandes, más de 12 orígenes para importación	Falta de comunicación con los Dsv de otros países para las tarifas
	SEMANA 3-4	Reuniones con los proveedores marítimos para manejo de carga extra dimensionada	Conocer su portafolio y lo que ofrecen para DSV	

--	--	--	--	--

4.1.4 Ciclo 4 (DICIEMBRE)

	SEMANA	ACTIVIDADES	LOGROS	DIFICULTADES
DICIEMBRE	SEMANA 1-2	Reuniones finales con el equipo Proyectos	Entrega de resultados de las practicas 2023-2	
	SEMANA 3-4	Plan de acción, empalme y entrega de clientes	Generar facilidad para el siguiente practicante 2024-1	