

Plan de mejora DSV AIR & SEA área Pricing

Energy and Projects

Paula Valentina Pascuas Alvarado

Facultad de Negocios Internacionales, Universidad Santo Tomás

Tutor: Jhon Milton Díaz

Bogotá D.C

06 de marzo del 2023

Directorio Energy & Projects

Autor:

Paula Valentina Pascuas Alvarado

Presentado para optar por el título de: Negociadora Internacional

Tutor:

Jhon Milton Díaz Villarraga

Universidad Santo Tomás

Facultad de Negocios Internacionales

Proyecto final de grado

Bogotá, D. C.

06 de marzo del 2023

Resumen

El presente plan de mejora está enfocado en el análisis del funcionamiento del área de Pricing específicamente del sector de Energy & Projects, en el cual se desarrollaron las prácticas profesionales. Mediante la permanencia, el conocimiento adquirido y la observación de los procesos diariamente desarrollados, se identificó que el mecanismo y las herramientas para buscar información como correos de agentes de otros países, proveedores aéreos o marítimos y otros más, no eran muy claros, de muchos de ellos el tiempo de respuesta era muy extendido o direccionaban los correos a otros encargados ; por el contrario, de personas en específico si era posible obtener toda la información relacionada a tarifas, tiempos e itinerarios de forma más rápida.

El Global Toolbox, es la herramienta actualmente utilizada para buscar contactos de todos los países de todo el mundo, de cada ciudad y de cada modalidad de transporte por lo que comprende de una gran base de datos, que puede tomar tiempo buscando por cada una de las solicitudes. Es, por tanto, que, mediante este proyecto, se busca organizar estructuralmente por cada uno de los clientes, cómo es su respectivo manejo, es decir, agrupar: quienes usualmente piden las tarifas de cada cliente, cuáles son los orígenes y destinos más comunes y frecuentes, a quién pedir las tarifas junto con sus correos y qué incluir en la cotización dado ciertos incoterms.

Esta estructura, hará posible atender las solicitudes con una mayor eficiencia, tener un menor tiempo de respuesta, lograr un mayor volumen de solicitudes atendidas y, por otra parte, capacitar a personas nuevas que lleguen al área de Pricing.

Agradecimientos

Quiero agradecer primeramente a Dios quien ha hecho posible que me encuentre justo en este momento y en este lugar; después de haber pensado por tanto tiempo cual era mi vocación, qué deseaba hacer en el ámbito académico, personal y laboral; siento que me encuentro satisfecha con mi recorrido y con los logros que he obtenido.

Por otro lado, quiero dar gracias a mi familia quienes con toda su dedicación y amor me formaron e hicieron posible también que me encuentre aquí porque en medio de las circunstancias por las que atravesamos me brindaron mucho más de lo que podían, para estar hoy presentando finalmente mi proyecto. A ellos todo mi cariño y respeto por cuidarme, apoyarme, motivarme y amarme.

También agradezco a la Universidad Santo Tomás por recibirme en su espacio porque obtuve de la mejor forma sus consejos, su aprendizaje, sus momentos de conocimiento y esparcimiento; y además me regaló compañeros y amigos increíbles y leales que estoy segura de que los conservaré por mucho más tiempo.

Finalmente agradezco a DSV AIR & SEA por abrirme sus puertas y por el conocimiento brindado por parte de ellos el cual ha sido tan inmenso que me encantaría continuar en mi camino de aprendizaje ligado a la logística internacional.

Introducción

Las prácticas fueron desarrolladas en DSV AIR & SEA, una compañía agente de carga internacional que brinda servicios logísticos a varios sectores de la industria como: Perecederos, carga seca, farmacéutica y energía, este último siendo el designado para entrar en apoyo de sus operaciones y en el que DSV espera brindar: “Soluciones innovadoras, confiables y dedicadas para la logística de transporte del sector energía, cuando y donde sean necesarias” (Logística y transporte energías renovables | DSV, s. f.).

El área de Oil & Gas tiene a su manejo clientes muy importantes del sector a nivel mundial, por lo que en cada una de las operaciones se espera alcanzar un nivel de satisfacción y confiabilidad en ellos para continuar siendo parte de sus solicitudes, entendiendo que no sólo DSV es el único agente de carga para ellos, sino que tienen alianzas con otras más compañías, y escogen para movilizar cada una de sus cargas a quien tenga un precio más competitivo, a quien logre la movilización en meno tiempo y claramente a quien lo haga bajo toda la normatividad y sin ningún inconveniente

Partiendo de ese punto, el apoyo suministrado como practicante fue al primer contacto que se tiene con el cliente, es decir, cuando este mediante un correo solicita una cotización ya sea de exportación, importación, o round trip, es decir: “Que el transporte a elegir contenga en el presupuesto inicial los viajes ida y Vuelta”(4 Consejos para el Transporte de Carga Nacional e Internacional, 2018) porque implica una exportación o importación temporal. Estas tres nombradas

bajo la modalidad marítima, aérea y terrestre. Así entonces, se procedía a cotizar tomando en cuenta cuál es su origen y destino, que tipo de carga es, sus dimensiones, el incoterm y demás.

Para dar contexto, un ejemplo es en el caso del cliente NOV el cual solicita el costo de una importación desde Canadá hacia sus instalaciones en Funza, Cundinamarca. Lo primero es contactarse con el agente encargado de Canadá ya sea del equipo aéreo o marítimo de exportación, solicitando todos los gastos asociados según el incoterm y luego de obtenerlos, se procede a formalizar la cotización en un formato establecido, agregando nuestro porcentaje de ganancia y los gastos aquí en destino y por último, cotizando un transporte terrestre con cualquiera de las empresas asociadas a DSV como: MCT, Contaltra y Conalca ya sea desde el Aeropuerto el Dorado hasta Funza o desde Cartagena hasta Funza.

La idea principal, es lograr una cotización final con un precio competitivo y en el menor tiempo posible, trayendo a coalición un concepto importante visto dentro de la carrera. La efectividad: ‘Este concepto involucra la eficiencia y la eficacia, es decir, el logro de los resultados programados en el tiempo y con los costos más razonables posibles. Supone hacer lo correcto con gran exactitud y sin ningún desperdicio de tiempo o dinero’ (Academia.edu, s. f.).

El número de solicitudes diarias necesitaba de un mecanismo que ayudara a que la búsqueda de esos contactos para realizar una exportación o una importación estuvieran al alcance más ágil del equipo de pricing, en un inicio se recurría a buscar en un directorio general de la empresa llamado TOOL BOX, pero allí los contactos no estaban actualizados, no estaban

repartidos entre (exportación, importación, ventas, agentes de carga) o si estaban, al momento de solicitarles tarifas redireccionaban los correos hacia otras personas, lo que en definitiva retrasaba el proceso de cotizar. Es, por tanto, que el presente plan de mejora pretende crear un directorio especial para el área con los contactos frecuentes, nuevos y especiales para el tipo de carga que se maneja.

Índice

Resumen.....	3
Agradecimientos	4
Introducción.....	5
Índice.....	8
La Empresa.....	9
Aspectos generales	9
Misión.....	10
Visión	10
Objetivos estratégicos	11
Ubicación geográfica	12
Figura 1. Ubicación geográfica de DSV AIR & SEA.....	12
Estructura organizativa.....	13
Figura 2. Organigrama Energy & Projects Pricing.....	13
Departamento de la práctica	14
Planteamiento de plan de mejora respecto a las prácticas profesionales	15
Análisis DOFA.....	16
Contenido del plan de mejora	19
Propuesta	19
Conclusiones	21
Bibliografía	24
Anexos.....	25
Anexo 1. Directorio propio DSV.....	25
Anexo 2. Directorio creado para Proyectos	27
Anexo 3. Comparación indicadores de rendimiento.....	29
Seguimiento a la práctica profesional	32
Resumen actividades	32
Ciclos.....	Error! Bookmark not defined.
Ciclos.....	32

La Empresa

Aspectos generales

DSV es una compañía que se fundó en 1976 a cargo de nueve empresas transportistas quienes se interesaron más adelante en expandir su negocio a nivel internacional, para ello, a través de los años han realizado varias adquisiciones de empresas competidoras del sector. Pasando por una logística integral de transporte terrestre, de transporte aéreo y marítimo. Sin embargo, con el fin de organizar sus operaciones las dividieron en tres: La primera es Road como transporte terrestre que opera bajo una gran red de carreteras a través de Europa, Norte América y África. La segunda es Air & Sea modalidad como se indica de transporte aéreo y marítimo, la tercera es Solutions ofreciendo servicios logísticos más integrados a la cadena de valor del cliente como el almacenamiento.

Para llegar a América del Sur adquirieron ABX logistics y dos de sus últimas y más importantes adquisiciones fueron Panalpina Welttransport logrando fortalecer su presencia global en todo el mundo bajo las modalidades aérea y marítima y GIL (logística integrada Global) un proveedor importante de transporte. De esta forma, se convirtió en una de las tres empresas más importantes del mundo en el servicio de logística internacional. DSV cuenta con una gran cantidad de clientes divididos en los sectores como: farmacéutica, carga seca, perecederos, energía y otros. Dentro del área Energy se encuentran importantes clientes a nivel mundial como: Baker Hughes, Schlumberger, Hitachi, ABB, Halliburton y muchos más.

Misión

“Excelencia operativa. El comercio mundial impulsa la prosperidad mundial, pero el comercio fluido no es un hecho. A través de nuestro enfoque persistente en la transparencia, la productividad y la escalabilidad, creamos flujos comerciales globales más eficientes para todas las empresas. 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” (Purpose and Strategy | DSV, n.d.)

Visión

“Ayudamos a nuestros clientes a crecer manteniendo la fluidez de sus cadenas de suministro. Creamos soluciones eficientes para todas las empresas centrándonos en la fiabilidad, el impacto medioambiental y el coste, independientemente del sector y el tamaño. Ofrecemos las mismas oportunidades de crecimiento a todos los empleados. Las personas son el motor del éxito de nuestra empresa, por lo que cuantos más lugares de trabajo saludables y seguros ofrezcamos, así como mayores oportunidades de crecimiento, más posibilidades tendremos de alcanzar nuestros ambiciosos objetivos de crecimiento.

Ayudamos a las sociedades a crecer. Desarrollamos nuestra actividad con integridad, respetando las diferentes culturas y la dignidad y los derechos de las personas en todos los países.

Aumentamos el valor para el accionista. Queremos seguir siendo uno de los principales proveedores mundiales, satisfaciendo las necesidades de los clientes de servicios de transporte y logística. Nuestro objetivo es crecer de forma orgánica y mediante adquisiciones, y figurar entre los más rentables del sector'' (Purpose and Strategy | DSV, n.d.)

Objetivos estratégicos

- Cliente primero: Asegurarse de que todos sus clientes tengan la mejor experiencia mediante un servicio de la más alta calidad.
- El mejor rendimiento: Mantener todos los procesos de forma transparente, trabajar como una sola compañía a través de la red global.
- Verdadera colaboración: Tomar posesión, mostrar iniciativa, comunicarse de forma respetuosa y sobre todo, practicar el dialogo.

(Values | DSV, n.d.)

Ubicación geográfica

La oficina principal en Bogotá de DSV AIR & SEA se encuentra ubicada en la Diagonal 25 G N° 95 a – 85 Torre 3 piso 3 dentro del centro empresarial BURO 25.

Figura 1. Ubicación geográfica de DSV AIR & SEA



Ilustración 1 Fuente: Google Maps (10 septiembre 2022) Ubicación Dsv Air & Sea. Google Maps.

<https://www.google.com/maps/search/DSV+AIR+%26+SEA+BOGOTA/@4.6785082,-74.1193412,17z>

Estructura organizativa

Figura 2. Organigrama Energy & Projects Pricing

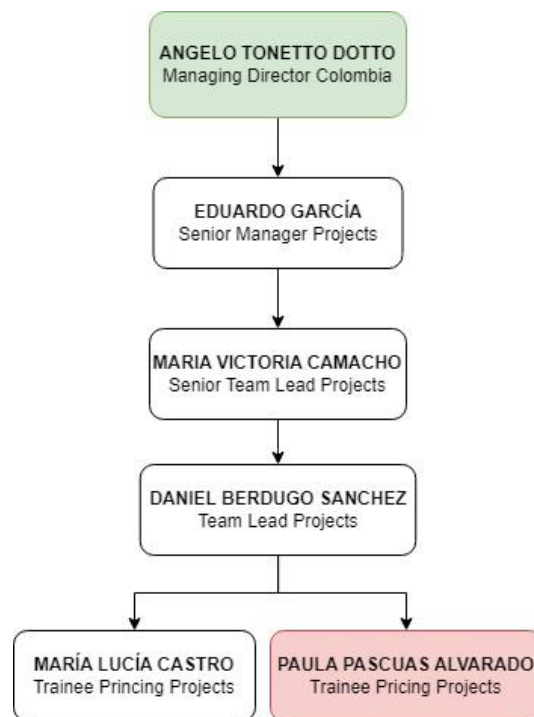


Ilustración: Elaboración propia, tomado en base a la estructura DSV Colombia (14 de enero de 2022) DSV Air & Sea

Departamento de la práctica

Energy & Projects, área encargada de gestionar y operar la logística de mercancía general, extra dimensional y peligrosa, relacionada a productos petroleros y energéticos. Las gestiones de esta área abarcan operaciones aéreas, marítimas y terrestres. Está conformada en su totalidad por catorce personas las cuales tienen diferentes funciones según el cliente en manejo y necesidad del área. Estas funciones son pricing, es decir, cotizaciones para los clientes; operaciones a cargo de los agentes de carga llamados Freight Forwarders (agentes de carga), quienes coordinan que la mercancía parta desde origen y llegue a su destino. y los Team Lead, encargados de coordinar y gestionar el funcionamiento del equipo de trabajo para garantizar la calidad del servicio.

La función desempeñada durante las prácticas fue dentro de pricing en donde los clientes enviaban solicitudes de exportación e importación, bajo diferentes modalidades de transporte y bajo ciertos términos de negociación y con esta información se realizaban las cotizaciones para finalmente ofertarlas y esperar la aprobación de los clientes sobre la tarifa enviada para poder llevársela a los operativos y así, comenzar con la logística de esta carga.

Planteamiento de plan de mejora respecto a las prácticas profesionales

Planteamiento

Durante las prácticas, se evidenciaron aspectos en los cuales se estaban presentando falencias en el momento de cotizar, esto debido a que no todas las cotizaciones se hacían de la misma manera y a que no había información consolidada y útil solamente para el área de energía.

El proceso parte desde que el cliente solicita una cotización de envío de una carga bajo ciertas especificaciones, luego el equipo de pricing se encarga de solicitar las tarifas ya sea en las páginas de las navieras o aerolíneas cuando es una exportación y la carga es general. Por otro lado, cuando es una importación solicitarlas a agentes DSV de otros países, o, en el caso de carga de exportación especial (Peligrosa, extradimensionada) solicitarla a proveedores aéreos, marítimos y terrestres en específico, este segundo caso en el cual se centra el plan de mejora, para esto, se cuenta con el contacto de algunas personas puntuales para preguntar estas tarifas, pero, para otras solicitudes se debe buscar en la base de datos general de DSV lo que hace sumar tiempo de respuesta del cliente porque además de que se debe buscar el contacto, al momento de escribir, estas personas responden direccionando la solicitud a equipos o personas diferentes.

Siendo así, no existe una base de datos consolidada de esta información específicamente para el área de Projects. Lo que se plantea, es reunir esta información por cliente haciendo posible

que si algún contacto se olvida, que si una persona nueva llega como apoyo al equipo pueda visualizar y obtener los datos más fácilmente y con ello, el equipo de pricing pueda obtener mejores resultados en los indicadores de rendimiento.

Análisis DOFA

En línea con lo anterior, se identificó con el análisis DOFA, las debilidades existentes debido a la falta de la herramienta, también las oportunidades y fortalezas que permitieron que el plan de mejora lograra aplicarse y las posibles amenazas a las cuales el equipo puede verse afectado en la solución y aprobación de cotizaciones.

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de respuesta de algunas de las solicitudes de los clientes. • Base de datos extensa, que toma tiempo de búsqueda. • Poca información sobre el manejo de cada cliente, se aprende sobre la marcha. • Proveedores que toman tiempo en enviar los costos ya sea de origen y destino, lo que retrasa el envío de las cotizaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gran poder de negociación logrando mantener y atraer nuevos clientes.

FORTALEZAS	AMENZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Alta atención e iniciativa de adaptar nuevas ideas que mejoren el rendimiento de las operaciones. • Capacitaciones para mejorar el uso de las herramientas. • Años de experiencia en el manejo de este tipo de cargas. • Posicionamiento de la compañía que genera credibilidad y confiabilidad. • Gran negociación con los proveedores para obtener precios competitivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de nuevas empresas competidoras del sector. • Coyuntura actual comercial y política entre países que dificultan la solución de algunas cotizaciones.

Fuente: Elaboración propia

Limitaciones

Al ser esta información necesaria para poder realizar diariamente las cotizaciones, ha sido de gran importancia su implementación en el área de pricing debido a que se debe tener a la mano datos, contactos y tarifas para completar el formato de las cotizaciones que finalmente se enviará a cada cliente. Así que, el plan de mejora es pertinente y cabe resaltar que fue aprobado por el jefe inmediato quien también resaltó la importancia de mantener una base de datos estructurada para el área de proyectos.

Alcances

- Mejoramiento en la eficiencia de respuesta de las solicitudes.
- Capacitación de personal nuevo en menor tiempo.

- Obtención de un mejor instrumento para visualizar la información relacionada.
- Evitar envíos de correos preguntando tarifas a personas que no corresponden o que no hacen soporte de estas operaciones.

Objetivos

Objetivo general

Implementar una estrategia de información dentro del área de Pricing mediante una herramienta estructural tipo directorio que permita informar, enseñar y gestionar la información al equipo de trabajo con el fin de obtener datos de manera más rápida, disminuir tiempos de espera, aumentar el número de cotizaciones atendidas y capacitar al personal nuevo.

Objetivos específicos

- Recopilar y organizar la información necesaria para conformar la estructura de la base de datos con.
- Identificar los procesos de ajustes de la información en el formato indicado para ello por parte de la Empresa y que sea cálculo para cualquier otra dependencia de la misma.

- Presentar y comprobar la eficacia de gestión de la base de datos y de los informes de salida sobre la herramienta diseñada.

Contenido del plan de mejora

Propuesta

La compañía utiliza una base de datos general para el uso de las distintas áreas de la empresa; sin embargo, esta base de datos es muy extensa porque está dividida por la mayoría de los países del mundo, dentro de cada país hay un archivo el cual presenta información dividida por las áreas del territorio (ciudad, provincia, etc) y se deben hacer filtros, primeramente buscando por el zip code para saber qué región puede atender la solicitud, luego de esto se debe buscar por tipo de envío si exportación o importación y si es de forma marítima o aérea y demás.

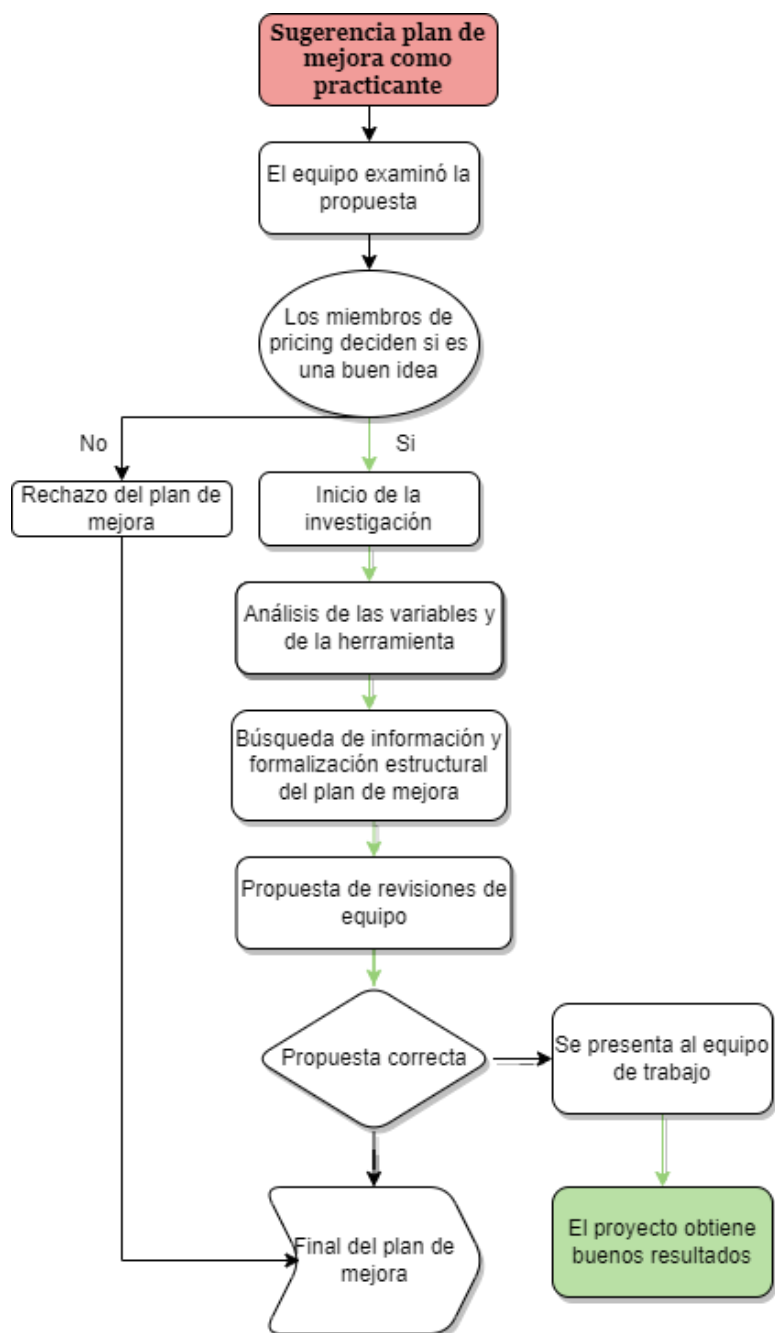
En algunas ocasiones será necesario entrar a esta base de datos por si algún cliente hace una solicitud desde o para un origen o destino poco común, sin embargo, con el tiempo, con el volumen de solicitudes y con cada uno de los procesos se ha venido recolectando cuales son los orígenes y destinos más comunes, quienes han sido los agentes de estos lugares que han soportado estas solicitudes de manera más eficiente.

La idea principal de esta estructura es consolidar una base de datos propia para el área y por cliente, es decir, en cada pestaña de un mismo libro de Excel se encontrará: el cliente y el correo de quien es el representante que envía la solicitud, luego en la parte inferior encontrará el tipo de cotizaciones que el cliente suele solicitar (si es una exportación aérea o terrestre y demás). Luego, el origen y el destino, que hacer en cada caso y a quien contactar, solo bastará con que la persona se pueda ubicar a la pestaña del cliente para visualizar rápidamente a quién solicitar el soporte.

Por otro lado, con el aumento de solicitudes a destinos o desde orígenes nuevos o con la consecución de otros clientes, se hace necesario que la información quede actualizada y de esta manera tener mejores resultados al momento de una nueva solicitud. Tomando en consideración que el área de pricing es controlada permanentemente a través de indicadores rendimiento, con ello se espera disminuir tiempos de respuesta, riesgos e inconvenientes en el futuro lo que se refleja en ahorro de recursos y cargas de trabajo asignadas.

Conclusiones

Se presenta el diagrama de procesos realizado en el diseño de la Herramienta.



Fuente: Elaboración propia

En el momento en el que se consolidó la idea de este plan de mejora, el área desde hace un tiempo se encontraba inconforme con la información suministrada en el directorio general de la empresa, también con las respuestas de tarifas que tardaban tiempo en llegar o que por el contrario, no tenían ninguna respuesta, lo que en definitiva provocaba que los clientes no asignaran cargas a DSV y consideraran otras compañías agentes por el factor tiempo, tomando en cuenta que algunas de sus solicitudes necesitaban ser atendidas de manera urgente debido a que sus cargas se encontraban en depósitos listas para ser despachadas.

Para su construcción se tomó a Excel como mecanismo y herramienta para realizar el directorio, esto para facilitar su manejo y que todos los miembros del equipo lograran tener acceso. Luego de esto, se analizó las variables que eran necesarias para lograr cotizar junto con los contactos a quien solicitar las tarifas, esto por cada cliente y por cada tipo de cotización.

Luego de realizar la construcción de la herramienta se presentó al equipo de trabajo y comenzó a tener un uso frecuente, en los últimos resultados de los indicadores de rendimiento se logró evidenciar que el tiempo de respuesta de cada integrante disminuyó al tiempo en el que el volumen de las cotizaciones aumentó, esto en definitiva refleja una gran mejoría en la capacidad de respuesta y de atención de los clientes quienes ven a DSV como una empresa competidora e interesada en forjar las relaciones comerciales.

Finalmente, disminuyeron los errores de comunicación entre las oficinas de DSV, entre proveedores aéreos, marítimos y terrestres encontrando en definitiva a los principales encargados por categoría.

Bibliografía

- *Values | DSV.* (n.d.). <https://www.dsv.com/en-gb/about-dsv/values>

• *Purpose and strategy | DSV.* (n.d.). <https://www.dsv.com/en-gb/about-dsv/purpose-and-strategy>

- *Logística y transporte energías renovables | DSV.*

(s. f.). <https://www.dsv.com/es-mx/nuestras-soluciones/sectores-industriales/transporte-energia>

- *4 Consejos para el Transporte de Carga Nacional e Internacional.* (2018, 4 junio).

BLOG. <https://www.tradelog.com.ar/blog/negocio-de-transporte-de-carga-nacional-e-internacional/>

- *Academia.edu.*

(s. f.). <https://www.academia.edu/download/43074800/Indicadores-efectividad-eficacia.pdf>

Anexos

Anexo 1. Directorio propio DSV

Herramienta Tool Box directorio general DSV: Ejemplo para la búsqueda de contactos en Ecuador

1. En primer lugar, se seleccionaba el país



Shared Country Information

[See all](#)

- > Country : Dutch Antilles (1)
- > Country : Ecuador (10)
- > Country : Egypt (7)
- > Country : El Salvador (10)
- > Country : Equatorial Guinea (3)
- > Country : Eritrea (3)
- > Country : Estonia (1)
- > Country : Ethiopia (3)
- > Country : Faroe Islands (1)
- > Country : Fiji (1)

Ilustración 2: Tomado de DSV Global Toolbox Colombia (23 de febrero de 2023) DSV Air & Sea

2. Se seleccionaba el Excel de los contactos. Como se puede observar, la última actualización de la base de datos fue en el 2021.

Shared Country Information > Ecuador > Location, Contacts


Name	Modified	Modified By
 CONTACT LIST 2021.xlsx	December 14, 2022	Kayleigh Twentyman - DSV
Count		
1		

Ilustración 3: Tomado de DSV Global Toolbox Colombia (23 de febrero de 2023) DSV Air & Sea

3. Dentro del Excel se busca el contacto, sin embargo, la persona quien soporta las cotizaciones de Ecuador, no se encuentra en la base de datos y, además, en ninguna casilla indica quien pertenece a pricing.

NAME	EMAIL	POSITION	OFFICE PHONE	EXT
Carolina	carolina@ec.dsv.com	Managing Director	+59333312000	2000
Andres	andres.comalacau@ec.dsv.com	Supervisor, Operations	+59333312004	2004
Silvia	silvia@ec.dsv.com	Logistic Manager	+59333312000	2000
Andrea	andrea.moreno@ec.dsv.com	Branch Manager	+59311001100	1100
Carlos	carlos@ec.dsv.com	QHSE+Security Support EC	+59333312077	2077
Viviana	viviana@ec.dsv.com	Perishables	+59333312000	2000
Cristina	cristina@panalpina.com	Senior HR Lead	+59333312000	2000

Ilustración 4: Tomado de DSV Global Toolbox Colombia (23 de febrero de 2023) DSV Air & Sea

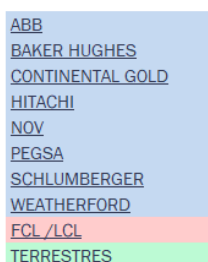
Anexo 2. Directorio creado para Proyectos

Herramienta Tool Box propia para el área proyectos:

1. Contiene un hipervínculo para dirigirse a la pestaña de cada cliente.

CLIENTES / PROVEEDORES

Seleccionar cliente/ proveedor solicitado




Global Transport and Logistics

Fuente: Elaboración propia


2. En la pestaña de cada cliente encontrará (Tipo de cotizaciones, origen, destino, que hacer en cada cotización y el contacto)

Ejemplo 1

TIPO DE COTIZACIONES		ORIGEN	DESTINO	¿QUE HACER?	CONTACTO
 Importaciones aéreas por correo	Cincinnati, US	Bogotá	Son enviadas por: Yerson Cardenas: ycardenas2@slb.com Dariana Jaramillo: djaramillo2@slb.com y se pregunta a origen las tarifas (Siempre incluyen pick up)	Contactos origen CIN	mickqv.stemper@dsv.com expair_cvg@us.dsv.com
	Shanghai	Bogotá		Contactos origen SHA	mark.chen@cn.dsv.com pricing_sha@cn.dsv.com
	Italia	Bogotá		Contacto Italia	francesca.jgio@dsv.com
	Edmonton, CA	Bogotá		Contacto Canadá	cecilia.wong@dsv.com
Plataforma TESS exportaciones aéreas	Francia	Bogotá / Cartagena	Preguntar en MY CARGO (KLM) la tarifa enviando la solicitud, al correo ellos responden con un formato, diligenciarlo y esperar la tarifa.	Contacto Francia aéreo	matthieu.devilloutreys@fr.dsv.com / fr.lvs.airquote@fr.dsv.com
	Bogotá	Cairo, Egipto		Página web KLM	https://www.efkicargo.com/mvcargo/account/login
		Santa Cruz, Bolivia		Correo KLM	customerservice bog@efkimp cargo.com
Plataforma TESS exportaciones marítimas	Bogotá	Varios destinos	Mismo proceso, mirar en página DSV AIR o internamente a cada aerolínea	Contacto aerocaribe	customerservice3@aerocaribe.com
		Varios orígenes	Cartagena, Buenaventura o Santa Marta	Por lo general, estas cotizaciones le solicitan FCL, extraer tarifas de la naviera	Página web Hapag

Fuente: Elaboración propia

Ejemplo 2:

TIPO DE COTIZACIONES		ORIGEN	DESTINO	¿QUE HACER?	CONTACTO	
 Importaciones aéreas	Cotizaciones enviadas por:	Canadá FCA	Base Funza	Preguntar gastos en origen Canadá y cotizar transporte terrestre del aeropuerto a Funza	Contacto Canadá	expair_vvc@ca.dsv.com
					Contactos terrestres MCT	marisol.robayo@mct.com.co
					Contactos terrestres CONTALTRA	sgv.inhouse@conaltra.com
Exportaciones aéreas con HUACAL	Base Funza	Canadá DAP	Cotizar Huacal, cotizar terrestre a Bogotá y cotizar gastos en destino	Contacto Huacal	gerencia@empakando.co	
				Contacto terrestre	dsv.inhouse@conaltra.com	
Importación aérea / Importación marítima	Abu Dhabi	Base Funza	Cotizar con origen las tarifas y pedir transporte terrestre (BOG- Funza) y (CTG-Funza)	Contacto Canadá	impair_vvc@ca.dsv.com	
				Contactos aéros Abu Dhabi	usman.butt@dsv.com auhairs@ae.dsv.com	
				Contactos aéros Abu Dhabi	albina.krishnanswamy@dsv.com	

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3. Comparación indicadores de rendimiento

Como se puede observar, para diciembre de 2022 el número de cotizaciones, el tiempo de respuesta y las cotizaciones ganadas se encontraban de la siguiente manera:

DICIEMBRE 2022:

Total Cotizaciones
195

Cantidad Cotizaciones por Responsable

Responsable	Total Cotizaciones	% Cotizaciones
Maria Lucia Castro	67	34.36%
Paula Pascuas	59	30.26%
Andrea Gomez	35	17.95%
(blank)	23	11.79%
Andrea Oliveros	11	5.64%
Grand Total	195	100.00%

Ilustración 5: Reporte KPI's pricing Colombia (23 de Diciembre de 2022) DSV Air & Sea

Tiempos de Respuesta

Responsable	Average of Days of quote
(blank)	5.00
Maria Lucia Castro	3.13
Andrea Oliveros	3.00
Paula Pascuas	2.10
Andrea Gomez	0.40
Grand Total	2.31

Ilustración 6: Reporte KPI's pricing Colombia (23 de Diciembre de 2022) DSV Air

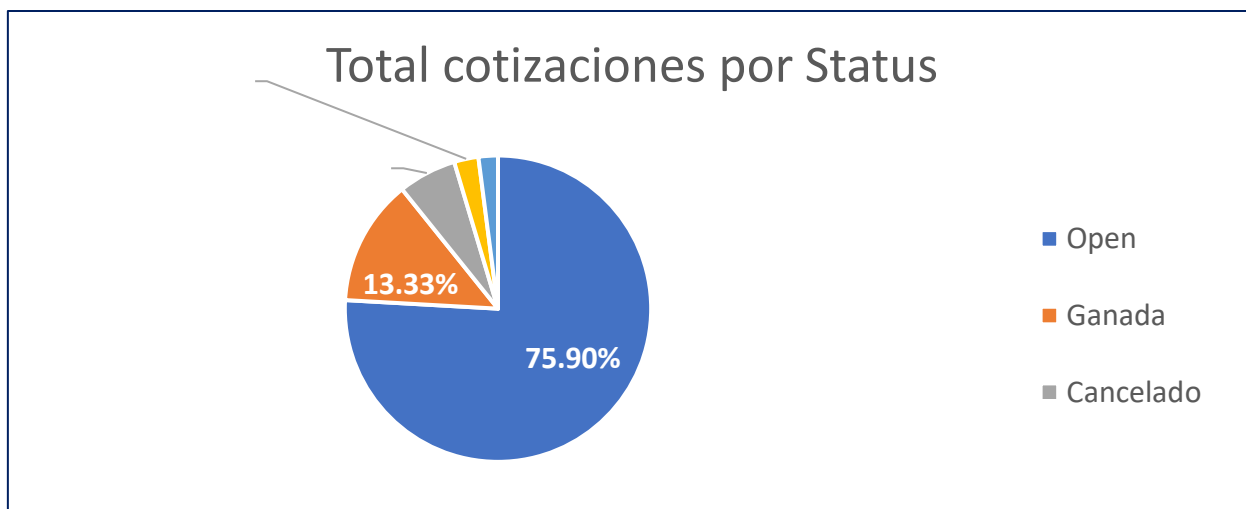


Ilustración 7: Reporte KPI's pricing Colombia (23 de Diciembre de 2022) DSV Air

ENERO 2023: Para este mes, incrementó el número de cotizaciones realizadas al tiempo que disminuyeron los tiempos de respuesta por cada uno de los integrantes y se lograron ganar más cotizaciones de 13.33 % a un 22.66%.

Total Cotizaciones
278

Cantidad Cotizaciones por Responsable

Responsable	Total Cotizaciones	% Cotizaciones
Maria Lucia Castro	134	48.20%
Paula Pascuas	98	35.25%
Andrea Oliveros	39	14.03%
(blank)	6	2.16%
Maria Camacho	1	0.36%
Grand Total	278	100.00%

Ilustración 8: Reporte KPI's pricing Colombia (23 de febrero de 2023) DSV Air & Sea

Tiempos de Respuesta

Responsable	Average of Days of quote
Andrea Oliveros	4.87
Maria Camacho	2.00
Paula Pascuas	1.43
Maria Lucia Castro	1.30
Grand Total	1.85

Ilustración 9: Reporte KPI's pricing Colombia (23 de febrero de 2023) DSV Air & Sea

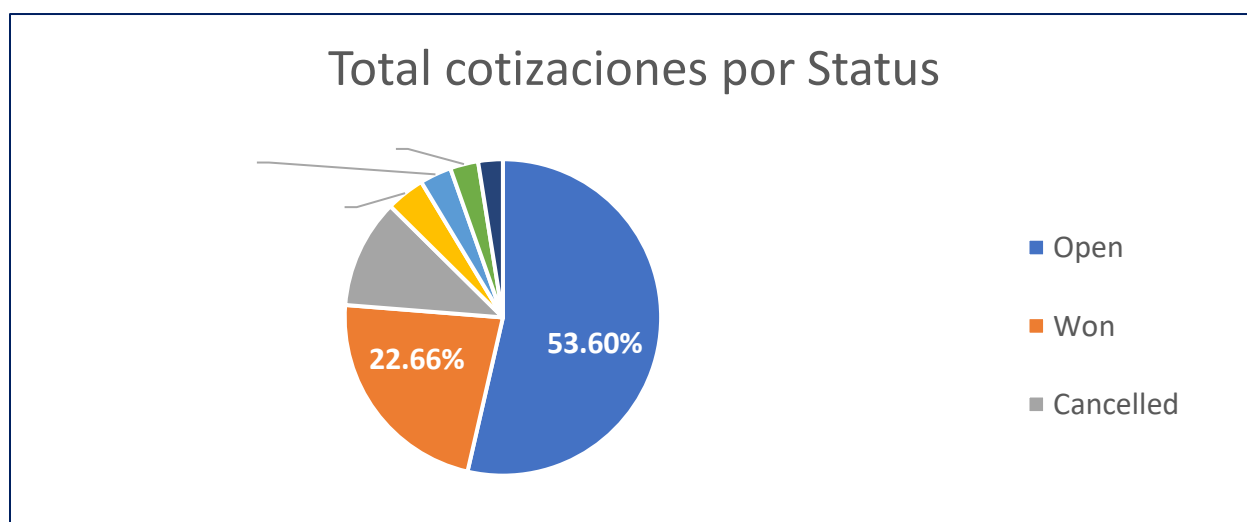


Ilustración 10: Reporte KPI's pricing Colombia (23 de febrero de 2023) DSV Air & Sea

Seguimiento a la práctica profesional

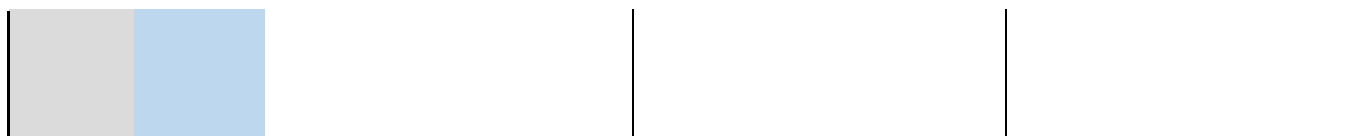
Resumen actividades

Ciclos

CICLO	FECHA	ACTIVIDADES	LOGROS	DIFICULTADES
1	Agosto 16 - Agosto 31	<ul style="list-style-type: none"> *Introducción a la empresa, al cliente Team Avanza. *Capacitación en procesos, navieras y documentos. * Capacitación plataforma Cargo Wise. 	<ul style="list-style-type: none"> *Conocer el proceso de importación marítima del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> *Frustración por los vacíos en los conocimientos de los procesos y términos.
2	Septiembre 01 -Septiembre 15	<ul style="list-style-type: none"> *Capacitación en creación de OTH (Proceso de facturación). *Capacitación en procesos, navieras, documentos. * Capacitación plataforma Cargo Wise. 	<ul style="list-style-type: none"> *Mayor conocimiento y apropiación de los procesos *Apoyo al equipo de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> *Realización poco ágil de los procesos debido al cuidado que se debe tener en la plataforma
	Septiembre 15 -Septiembre 30	<ul style="list-style-type: none"> *Realización de los procesos de importación (Reporte contenedores, radicaciones, confirmaciones de arribo, etc) 	<ul style="list-style-type: none"> *Analizar y gestionar mejor los procesos. *Facturar más rápidamente. *Mejorar los indicadores de rendimiento del equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> * El proceso de conocimiento se pausó debido a que el cliente dejó de realizar importaciones

3	Octubre 03 - Octubre 14	*Facturación y búsqueda de un plan de mejora para el cliente en demoras de contenedor.	*Aprobación del plan de mejora y búsqueda de la información.	*Cambio de funciones por decisión del equipo de trabajo al tener una renuncia en el área de Pricing.
	Octubre 17 - Octubre 31	* Capacitación en el área de Pricing	*Aprendizaje básico sobre conceptos, formato cotizaciones y clientes	* No hay un manual sobre cómo realizar las cotizaciones, tampoco sobre el manejo de las plataformas y el manejo de los clientes. Todo se aprende sobre la marcha.
4	Noviembre 01 - Noviembre 15	*Realización de cotizaciones para Baker Hughes, Weatherford, Schlumberger, ABB e Hitachi. *Preguntar tarifas a proveedores aéreos, marítimos y terrestres. *Preguntar tarifas y costos a orígenes y destinos de la carga dependiendo de los incoterms.	*Participación y apoyo a mi compañera. *Solución y aceptación de las cotizaciones de los clientes.	*El volumen de cotizaciones es realmente alto y estar en pleno inicio de la curva de aprendizaje dificulta la rapidez de respuesta hacia los clientes. *Entender los conceptos, los ITEMS por cobro y entender el % de ganancia por cada uno ha sido difícil ya que varía por país que los envíe y por cliente.
	Noviembre 16 - Noviembre 30	*Capacitación de la plataforma TESS (Utilizada para las cotizaciones de exportación de Schlumberger) y de la plataforma SAP (Utilizada para las cotizaciones del cliente Halliburton). *Realización de cotizaciones.	*Incremento en el volumen de respuesta de las cotizaciones. *Conocimiento de los contactos de los principales proveedores por cliente o país dividido por modalidad de transporte.	*Algunos contactos para preguntar tarifas son difíciles de buscar en el Tool Box, toman tiempo de respuesta, o de lo contrario no se encargan de ese tipo de cotizaciones.

5	Diciembre 01 - Diciembre 15	<ul style="list-style-type: none"> *Estructuración y nuevo planteamiento del plan de mejora. *Reunión de la información relacionada al plan (Clientes, agentes, proveedores, manejo) 	<ul style="list-style-type: none"> *Mayor entendimiento sobre algunos contactos relacionados y sobre cómo manejar algunos clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> *No todos los procesos son repetitivos por lo que todos los días puede aprenderse algo nuevo, lo cual necesita dejarse claro para el equipo en caso de que llegue en el futuro una cotización igual.
	Diciembre 16 - Diciembre 30	<ul style="list-style-type: none"> *Formalización de la estructura de la base datos. *Empezar a diligenciar algunos clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> *Al estar encargada del área por este tiempo, el entendimiento fue mayor y la búsqueda de ayuda fue mayor. 	<ul style="list-style-type: none"> *Durante este tiempo y debido a la ausencia de un integrante del equipo, el trabajo propio fue mayor y no se logró completar del todo el formato.
	Enero 02 - Enero 14	<ul style="list-style-type: none"> *Diligenciamiento de datos de la mayoría de los clientes del área. *Continua búsqueda de contactos. 	<ul style="list-style-type: none"> *Establecer una organización que permitiera ser visualmente amable y entendible. 	
6	Enero 16 - Enero 31	<ul style="list-style-type: none"> *Diligenciamiento completo de la herramienta de todos los clientes manejados por el área. *Continua búsqueda de contactos. *Presentación final de la herramienta al equipo de trabajo. *Implementación de la herramienta. 	<ul style="list-style-type: none"> * Mejorar los tiempos de respuesta de las cotizaciones. *Lograr capacitar a la nueva practicante de una forma más sencilla. 	
	Febrero 1 - Febrero 16	<ul style="list-style-type: none"> *Realización de cotizaciones para los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> *Mejorar las relaciones entre DSV, cliente y proveedor. 	
7				



Fuente: Elaboración propia