

INFORME DE PRACTICA EMPRESARIAL REALIZADO EN GEODIS COLOMBIA



KAROL STEPHANY MILLAN CARREÑO



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2023

INFORME DE PRACTICA EMPRESARIAL REALIZADO EN GEODIS

KAROL STEPHANY MILLAN CARREÑO

Informe de practica empresarial presentado como requisito para optar al título de Negociante
Internacional

Asesor

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Magister

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

NEGOCIOS INTERNACIONALES

VILLAVICENCIO

2023

Autoridades Académicas

P. José Gabriel MESA ANGULO, O. P.

Rector General

P. Eduardo GONZÁLEZ GIL, O. P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O. P.

Rector Seccional Villavicencio

P. Rodrigo GARCÍA JARA, O. P.

Vicerrector Académico Seccional Villavicencio

JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Seccional Villavicencio

ERNESTO JOSE CAMARGO HERNANDEZ

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

Contenido

	Pág.
Resumen	6
Abstract.....	7
Glosario.....	8
1. Negociante internacional.....	8
2. Logística y transporte	8
3. Internacionalización	8
4. Estudio de caso.....	8
5. Adquisición	8
6. Corredores de transporte	8
7. Gestión de calidad	8
8. Satisfacción del cliente.....	8
9. Crecimiento sostenible	8
Introducción.....	9
Objetivos.....	10
Objetivo general	10
Objetivos específicos.....	10
1	10
2	10
3	10
Historia de la Compañía	11
Organigrama	12
Funciones del pasante	14
Gestión de archivo central.....	14
Actualización de información	14
Apoyo al equipo	14
Desarrollo de habilidades	14
Plan de Trabajo	15

Matriz DOFA.....	16
Plan de Mejora.....	19
Actividades a realizar	19
Indicador.....	19
Producto verificable	19
Responsable.....	19
Actividades a realizar	19
Indicador.....	20
Producto verificable	20
Responsable.....	20
Actividades a realizar	20
Indicador.....	20
Responsable.....	20
Estrategias de alianzas estratégicas propuestas.....	20
Aportes de la Empresa al Estudiante	23
Conclusiones.....	24
Referencias	26

Resumen

Este informe analiza la labor del pasante de negocios internacionales en GEODIS, enfocándose en identificar oportunidades de negocio y coordinar transacciones con clientes extranjeros. Se basa en un estudio de caso que examina la estrategia de internacionalización de GEODIS en el mercado europeo, utilizando entrevistas a gerentes responsables de los negocios en el extranjero. Los resultados muestran que GEODIS ha consolidado su posición en el mercado europeo mediante adquisiciones locales y una sólida presencia en corredores de transporte clave. La implementación de un sistema de gestión de calidad ha sido fundamental para la satisfacción del cliente y el cumplimiento de estándares internacionales. El informe destaca la importancia del trabajo del pasante en la expansión internacional de GEODIS, resaltando la estrategia de adquisiciones y la gestión de calidad. En general, subraya la relevancia del pasante para la identificación de oportunidades y el éxito en los negocios internacionales de GEODIS.

Palabras Clave: negociante internacional, GEODIS, objetivos, métodos de estudio, resultados.

Abstract

This report analyzes the work of the international business intern at GEODIS, focusing on identifying business opportunities and coordinating commercial transactions with foreign clients. It is based on a case study that examines GEODIS' internationalization strategy in the European market, using interviews with managers responsible for overseas operations. The results show that GEODIS has consolidated its position in the European market through local company acquisitions and a strong presence in key transportation corridors. The implementation of a quality management system has been crucial for customer satisfaction and compliance with international standards. The report highlights the importance of the intern's work in GEODIS' international expansion, emphasizing the acquisition strategy and quality management. Overall, it underscores the relevance of the intern in identifying opportunities and achieving success in GEODIS' international business.

Key Word- international trader, GEODIS, objectives, study methods, results.

Glosario

1. Negociante internacional: profesional encargado de la identificación de oportunidades de negocios en mercados internacionales y de la coordinación de transacciones comerciales entre empresas de diferentes países.

2. Logística y transporte: actividad empresarial relacionada con la gestión de la cadena de suministro, el almacenamiento y la distribución de bienes y servicios a nivel nacional e internacional.

3. Internacionalización: proceso mediante el cual las empresas buscan expandir sus operaciones y negocios en mercados extranjeros.

4. Estudio de caso: investigación en profundidad que analiza una situación o problema específico en un contexto determinado.

5. Adquisición: proceso mediante el cual una empresa compra o adquiere otra empresa o negocio.

6. Corredores de transporte: rutas y vías de comunicación por donde se mueven mercancías y servicios de un país a otro.

7. Gestión de calidad: conjunto de actividades y estrategias que buscan garantizar la calidad de los productos y servicios ofrecidos por una empresa.

8. Satisfacción del cliente: grado de cumplimiento de las expectativas y necesidades de los clientes en relación con los productos y servicios ofrecidos por una empresa.

9. Crecimiento sostenible: proceso de crecimiento empresarial que se mantiene en el tiempo, sin afectar negativamente el medio ambiente, la sociedad y la economía.

Introducción

El comercio internacional es una de las principales fuentes de crecimiento económico en todo el mundo. En este contexto, la figura del negociante internacional se ha convertido en un actor clave en el desarrollo de las empresas que buscan expandir sus operaciones en el mercado global. En este informe de práctica empresarial, se presentará la experiencia como negociante internacional en prácticas en la empresa GEODIS, una compañía líder en logística y transporte a nivel mundial.

El objetivo general de este informe es describir la labor de un profesional en negocios internacionales en GEODIS y su importancia para el éxito de la empresa en el mercado global. Para lograr este objetivo, se han planteado los siguientes objetivos específicos: Analizar las funciones y responsabilidades del profesional en negocios internacionales en GEODIS. Identificar los factores clave que influyen en la toma de decisiones del profesional en negocios internacionales en GEODIS. Evaluar la importancia de las habilidades interpersonales y la capacidad de adaptación en el desempeño del profesional en negocios internacionales en GEODIS.

La figura del negociante internacional ha sido objeto de estudio por parte de diversos autores que han destacado la importancia de sus funciones en el comercio internacional. Según González y Canales (2019), un negociante internacional es un profesional que se encarga de identificar oportunidades de negocios en el mercado global, establecer relaciones con clientes y proveedores internacionales, y coordinar las transacciones comerciales y logísticas. Por su parte, la Organización Mundial del Comercio (OMC, 2020) destaca que los negociantes internacionales son fundamentales para el desarrollo del comercio internacional y la promoción del crecimiento económico global, ya que son los encargados de gestionar las complejas interacciones comerciales entre empresas de diferentes países y culturas.

Este informe de práctica empresarial se ha estructurado en cuatro secciones. En la primera sección, se presentará una descripción general de la empresa GEODIS y su presencia en el mercado internacional. En la segunda sección, se abordarán las funciones y responsabilidades del pasante. En la tercera sección, se analizarán los factores clave que influyen en la toma de decisiones de un negociante internacional, así como la propuesta de un plan de mejora que se desarrolla en una matriz DOFA. Finalmente, en la cuarta sección se evaluará la importancia de las habilidades interpersonales y la capacidad de adaptación en el desempeño de un negociante internacional.

Objetivos

Objetivo general

Describir la labor de un pasante en Negocios Internacionales en GEODIS y su importancia para el éxito de la empresa en el mercado global.

Objetivos específicos

1. Analizar las funciones y responsabilidades de un pasante internacional en GEODIS.
2. Identificar los factores clave que influyen en la toma de decisiones de un pasante internacional en GEODIS.
3. Evaluar la importancia de las habilidades interpersonales y la capacidad de adaptación en el desempeño laboral de un pasante internacional en GEODIS.

Historia de la Compañía

GEODIS es una empresa líder en logística a nivel global, con una presencia destacada en los cinco continentes. Fundada en Francia en 1904, ha experimentado un crecimiento constante a lo largo de su historia. Actualmente, cuenta con seis líneas de negocio principales: transporte terrestre, aéreo, marítimo, logística contratada, logística del comercio electrónico y soluciones de cadena de suministro, cada una con un equipo altamente capacitado y con amplia experiencia en el mercado.

La empresa tiene como misión proporcionar soluciones de logística personalizadas y eficientes para satisfacer las necesidades de sus clientes en todo el mundo, y su visión es ser la empresa de logística más innovadora y respetada del mundo, manteniéndose siempre a la vanguardia de las tecnologías y tendencias del mercado.

En cuanto a su estructura organizacional, la empresa está liderada por un Consejo de Administración, del cual dependen los distintos departamentos y áreas de negocio. En cada una de estas áreas trabajan profesionales altamente capacitados y experimentados, encargados de llevar a cabo las distintas tareas y proyectos relacionados con su línea de negocio específica.

A nivel mundial, GEODIS cuenta con un gran número de empleados y una amplia infraestructura logística, con una capacidad de almacenamiento y transporte que le permite abarcar un gran número de regiones geográficas. En Colombia, la empresa también cuenta con una importante presencia, con un equipo local altamente capacitado y adecuaciones logísticas adaptadas a las necesidades del mercado local.

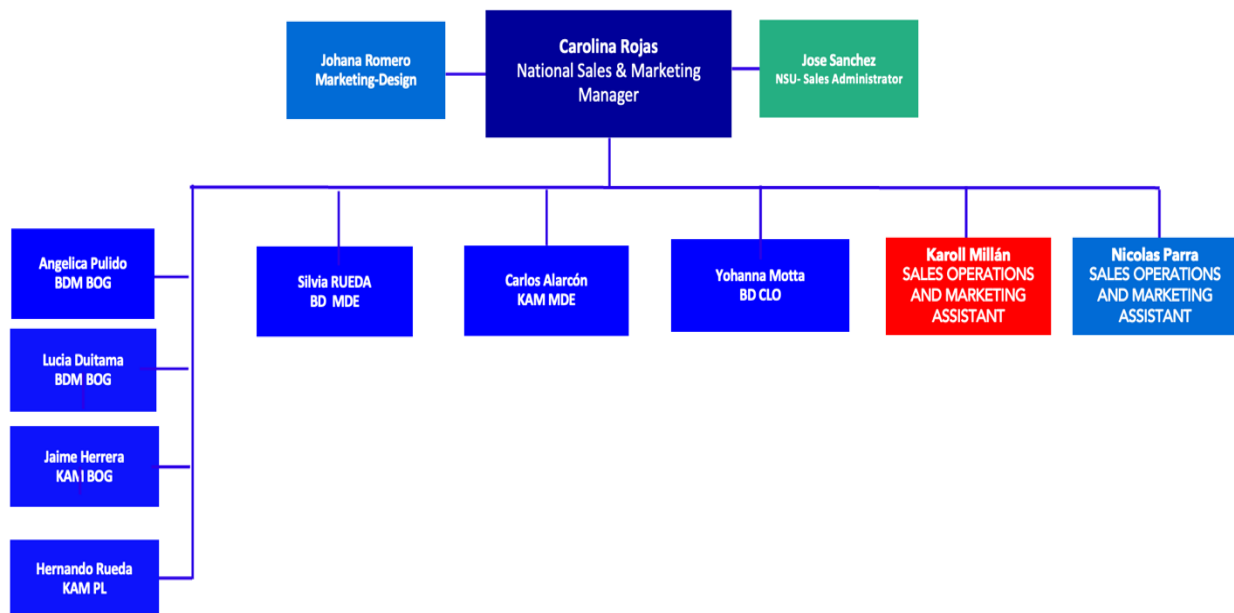
Los procesos de selección de la empresa están enfocados en la búsqueda de profesionales altamente capacitados y con experiencia en el mercado, y se realizan a través de distintas plataformas, como LinkedIn y CompuTrabajo, entre otras.

En cuanto a los pasantes de negocios internacionales, GEODIS ofrece la posibilidad de realizar prácticas profesionales a través de un proceso de selección riguroso, que evalúa tanto la formación académica como la experiencia y habilidades del candidato. De esta manera, la empresa busca fomentar el desarrollo y crecimiento profesional de jóvenes talentos en el ámbito de la logística y el comercio internacional.

Organigrama

GEODIS cuenta con una estructura organizativa jerarquizada, que se divide en seis áreas de negocio principales: transporte terrestre, aéreo, marítimo, logística contratada, logística del comercio electrónico y soluciones de cadena de suministro. Cada una de estas áreas es dirigida por un equipo de profesionales altamente capacitados y con gran experiencia en el mercado. Además, la empresa cuenta con departamentos de recursos humanos, finanzas, tecnología, marketing y comunicaciones, entre otros, que trabajan en conjunto para garantizar la eficiencia y el éxito de la compañía.

A nivel local, GEODIS Bogotá cuenta con una estructura similar, liderada por expertos en cada una de las áreas de negocio. El equipo está compuesto por profesionales altamente capacitados y con experiencia en el mercado colombiano, lo que les permite entender las necesidades y requerimientos específicos de los clientes en esta región. A continuación se muestra el organigrama de GEODIS Bogotá para una mejor comprensión de la estructura organizativa de la empresa en Colombia:

Figura 1. Organigrama.

Funciones del pasante

En su rol como pasante de negocios internacionales, la asesora comercial tiene una serie de funciones clave que contribuyen al éxito de la gestión comercial y a la satisfacción de los clientes. A continuación, se detallan cada una de ellas:

Gestión de archivo central: La pasante se encarga de la gestión de archivo y la respuesta a correos electrónicos, asegurando que toda la información esté organizada y actualizada en el sistema de la empresa. Esta labor permite una gestión eficiente de la documentación y una comunicación fluida con las empresas.

Actualización de información: La coordinación con las empresas en temas de documentación y créditos es fundamental para establecer relaciones comerciales saludables. Por lo tanto, la pasante se encarga de actualizar constantemente la información en las tablas de movimiento, lo que implica un seguimiento constante a las actividades comerciales y asegura que la información esté siempre actualizada.

Apoyo al equipo: La pasante brinda apoyo a los comerciales en las negociaciones con las empresas, facilitando la comunicación y asegurando un flujo adecuado de información. Además, apoya a su jefe inmediato en el área de trabajo, asegurando que todos los documentos de las empresas estén al día y actualizados. Este trabajo de seguimiento y actualización de información es vital para el éxito de la gestión comercial y la satisfacción de los clientes.

Desarrollo de habilidades: Durante su desempeño como pasante, la asesora comercial ha adquirido conocimientos prácticos como el manejo avanzado de Excel y la práctica de una segunda lengua (inglés), lo que le ha permitido trabajar en equipo con profesionales de la industria y desarrollar habilidades en el ámbito de las negociaciones.

Las funciones del pasante de negocios internacionales son variadas y requieren habilidades de comunicación, seguimiento, coordinación y actualización constante de información. La pasante ha demostrado un gran desempeño en su labor y su dedicación ha sido valorada por la empresa, lo que ha permitido agilizar los procesos internos y mejorar la calidad del servicio ofrecido a los clientes.

Plan de Trabajo

El plan de trabajo propuesto se basa en un análisis exhaustivo de la matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, Amenazas) de la empresa GEODIS. La matriz DOFA proporciona una visión clara de la situación actual de la empresa, identificando tanto sus fortalezas como sus debilidades internas, así como las oportunidades y amenazas externas que enfrenta en el mercado. Esta herramienta es fundamental para tomar decisiones estratégicas informadas y diseñar un plan de mejora efectivo.

En primer lugar, se abordarán las debilidades identificadas en la matriz DOFA. Estas áreas de mejora serán tratadas a través de acciones específicas, como capacitación y desarrollo del personal, implementación de procesos más eficientes y mejora de la gestión de la calidad. Además, se buscará minimizar los efectos de las amenazas externas, como la competencia intensa y los cambios en el entorno empresarial, a través de estrategias de diferenciación y adaptación al mercado.

En segundo lugar, se capitalizarán las fortalezas identificadas en la matriz DOFA, como la sólida presencia en los principales corredores de transporte y la calidad del servicio al cliente. Se buscará expandir y potenciar estas fortalezas, aprovechando las oportunidades del mercado para aumentar la participación y captar nuevos clientes. Esto se logrará a través de estrategias de marketing y ventas enfocadas, así como la implementación de tecnologías innovadoras para mejorar la eficiencia y la experiencia del cliente.

El plan de trabajo se basa en el análisis de la matriz DOFA y busca abordar las debilidades, capitalizar las fortalezas, aprovechar las oportunidades y minimizar las amenazas identificadas. Con esto, se pretende mejorar la posición competitiva de GEODIS en el mercado y garantizar un crecimiento sostenible a largo plazo.

Matriz DOFA

Según Torres (2021), la matriz DOFA es una herramienta ampliamente utilizada en la gestión empresarial, ya que permite una evaluación sistemática de los factores internos y externos que afectan a una empresa. Además, la autora destaca que el análisis DOFA permite identificar las áreas de mejora y oportunidades de crecimiento para la empresa. En este sentido, la elaboración de una matriz DOFA específica para GEODIS permitirá una evaluación detallada de la situación actual de la empresa y la identificación de las estrategias más adecuadas para mejorar su competitividad y sostenibilidad en el mercado.

Tabla 1. Matriz DOFA.

	Fortalezas	Oportunidades
Internas	1. Estructura organizacional estable	1. Aumento de la demanda en el mercado global
	2. Experiencia en el sector logístico	2. Incremento en la implementación de tecnologías de la información
	3. Buen clima laboral	3. Aumento en la inversión de los clientes
	4. Personal altamente capacitado	4. Ampliación de la oferta de servicios logísticos
	5. Buenas relaciones con proveedores	
Externas	1. Crecimiento del sector logístico	1. Apertura de nuevas rutas comerciales
	2. Oportunidades en el mercado global	2. Potencial de ampliación de servicios
	3. Crecimiento de la demanda de servicios logísticos	3. Incremento en la demanda de servicios personalizados
	4. Cambios en el mercado global	4. Desarrollo de alianzas estratégicas

	Debilidades	Amenazas
Internas	1. Falta de diversificación en los servicios ofrecidos	1. Competencia en el mercado de logística
	2. Limitada presencia en algunos mercados	2. Fluctuaciones en la economía mundial
	3. Falta de adaptación a nuevas tecnologías	3. Incremento de los precios de los combustibles
Externas	1. Inestabilidad política en algunos países	1. Inestabilidad económica en algunos países
	2. Incremento de la competencia en el mercado global	2. Aumento de las regulaciones gubernamentales
	3. Limitaciones en la movilidad de bienes y servicios	3. Posibles cambios en las políticas comerciales de algunos países

El pasante de negocios internacionales de GEODIS puede contribuir a la empresa en la elaboración de estrategias que aprovechen las oportunidades identificadas en la matriz DOFA, como el aumento de la demanda en el mercado global y el incremento en la implementación de tecnologías de la información. También puede ayudar en la identificación de posibles alianzas estratégicas y en la elaboración de soluciones para enfrentar las amenazas identificadas, como la competencia en el mercado de logística y los cambios en las políticas comerciales de algunos países. Como asesora comercial, el pasante puede fortalecer la relación con los clientes y proveedores y contribuir a la diversificación de los servicios ofrecidos por la empresa.

Plan de Mejora

El plan de mejora propuesto para GEODIS se enfoca en la implementación de alianzas estratégicas con agentes comerciales potenciales, con el objetivo de potenciar el mercado de la empresa y abordar las falencias identificadas en la matriz. Para lograrlo, se detallarán las acciones a mejorar, las actividades a realizar, los indicadores, los productos verificables y los responsables, teniendo en cuenta el formato y considerando la matriz DOFA y las estrategias propuestas de alianzas estratégicas. A continuación, se presenta el plan de mejora:

1. Acción a mejorar: Establecer alianzas estratégicas con agentes comerciales potenciales.

Actividades a realizar:

- Realizar un análisis exhaustivo del mercado y los competidores para identificar agentes comerciales potenciales.
- Evaluar el historial de colaboraciones previas y la experiencia en el sector de logística y transporte de los agentes comerciales.
- Establecer criterios de selección para garantizar una adecuada elección de los agentes comerciales.
- Establecer una comunicación efectiva y establecer relaciones de confianza con los agentes comerciales seleccionados.
- Definir objetivos comunes y establecer acuerdos a largo plazo con los agentes comerciales.

Indicador: Número de alianzas estratégicas establecidas.

Producto verificable: Documento con la lista de agentes comerciales seleccionados y acuerdos establecidos.

Responsable: Equipo de negocios internacionales de GEODIS.

2. Acción a mejorar: Implementar tecnología para una comunicación efectiva y una gestión eficiente de las alianzas estratégicas.

Actividades a realizar:

- Evaluar las necesidades tecnológicas para facilitar la comunicación y la gestión de la información con los agentes comerciales.

- Seleccionar e implementar las herramientas tecnológicas adecuadas, como plataformas de colaboración en línea y sistemas de gestión de la relación con los clientes.

- Capacitar al personal en el uso de la tecnología y promover su adopción efectiva en el trabajo diario.

Indicador: Nivel de adopción y utilización de la tecnología por parte del personal y los agentes comerciales.

Producto verificable: Informe de implementación de las herramientas tecnológicas y evidencia de su uso en la comunicación con los agentes comerciales.

Responsable: Departamento de tecnología de la información de GEODIS.

3. Acción a mejorar: Establecer un plan de seguimiento y evaluación de las alianzas estratégicas.

Actividades a realizar:

- Definir los indicadores clave de desempeño para evaluar el éxito de las alianzas estratégicas, como el crecimiento de los ingresos, la satisfacción del cliente y la eficiencia en la colaboración.

- Establecer un sistema de monitoreo regular de las alianzas y realizar revisiones periódicas.

- Identificar posibles problemas y oportunidades de mejora en las alianzas y tomar acciones correctivas cuando sea necesario.

Indicador: Nivel de cumplimiento de los indicadores clave de desempeño establecidos.

Producto verificable: Informe de seguimiento y evaluación de las alianzas estratégicas, con acciones correctivas implementadas cuando sea necesario.

Responsable: Equipo de gestión de alianzas estratégicas de GEODIS.

Estrategias de alianzas estratégicas propuestas

Establecer alianzas con agentes comerciales que tengan experiencia en el sector de la logística y el transporte, lo cual se alinea con la oportunidad identificada en la matriz DOFA de aprovechar el conocimiento especializado en el mercado.

Buscar agentes comerciales que compartan los mismos valores y objetivos que GEODIS, lo que se relaciona con la fortaleza de la empresa en la matriz DOFA de tener una sólida cultura organizacional.

Implementar tecnología para mejorar la comunicación y la gestión de la información con los agentes comerciales, lo que se vincula con la estrategia de aprovechar las oportunidades tecnológicas en la matriz DOFA.

Establecer un sistema de seguimiento y evaluación para identificar posibles problemas y oportunidades de mejora en las alianzas estratégicas, abordando la debilidad identificada en la matriz DOFA de la falta de un enfoque proactivo en la gestión de alianzas.

Al implementar este plan de mejora, GEODIS estará en una posición más sólida para establecer alianzas estratégicas efectivas, potenciar su mercado y mejorar su desempeño en el sector de la logística y el transporte.

Tabla 2. Plan de Mejora.

Acción a Mejorar	Actividad a Realizar	Indicador	Producto Verificable	Responsable
Identificar agentes comerciales potenciales	Realizar una investigación exhaustiva y análisis de mercado para identificar agentes comerciales con experiencia en el sector de logística y transporte	Lista de agentes comerciales potenciales identificados	Informe de investigación de mercado con agentes comerciales potenciales	Equipo de gestión de alianzas estratégicas de GEODIS
Establecer alianzas con agentes comerciales	Realizar reuniones y negociaciones con los agentes comerciales seleccionados	Número de alianzas estratégicas establecidas	Contratos de alianza firmados	Equipo de gestión de alianzas estratégicas de GEODIS
Implementar tecnología de comunicación y gestión de información	Investigar y seleccionar las herramientas tecnológicas adecuadas	Uso y adopción de la tecnología por parte de los agentes comerciales	Informe de implementación y adopción de tecnología	Equipo de gestión de alianzas estratégicas de GEODIS
Establecer un sistema de seguimiento y evaluación	Diseñar un sistema de seguimiento y evaluación de las alianzas estratégicas	Reportes de seguimiento y evaluación periódicos	Informe de seguimiento y evaluación de las alianzas estratégicas	Equipo de gestión de alianzas estratégicas de GEODIS

Aportes de la Empresa al Estudiante

El informe presentado destaca los aportes concretos que la empresa brindó al estudiante durante su práctica empresarial. En este sentido, se resalta el compromiso de la empresa con la formación y el aprendizaje del estudiante, ofreciéndole una valiosa oportunidad para poner en práctica sus conocimientos y habilidades en un entorno empresarial real.

Durante su estancia en la empresa, el estudiante tuvo la oportunidad de trabajar en equipo con profesionales de la industria, lo que le permitió adquirir nuevos conocimientos y habilidades prácticas en el campo de los negocios internacionales. Específicamente, pudo desarrollar habilidades de comunicación efectiva, trabajo en equipo y resolución de problemas en un entorno empresarial dinámico.

Además, la empresa le brindó al estudiante la oportunidad de participar en proyectos y tareas relevantes para el área de negocios internacionales, lo que le permitió adquirir experiencia práctica en la realización de análisis de mercado, investigación de clientes y desarrollo de estrategias de negocio. Estos conocimientos y habilidades son altamente valiosos para su formación académica y su futura carrera profesional en el campo de los negocios internacionales.

Asimismo, la empresa se preocupó por ofrecer un ambiente de trabajo seguro y saludable, promoviendo el bienestar y la seguridad del estudiante en todo momento. Esto permitió que el estudiante se sintiera cómodo y motivado durante su práctica empresarial, lo que contribuyó a su desarrollo personal y profesional.

En conclusión, los aportes de la empresa al estudiante durante su práctica empresarial fueron significativos. Estos incluyeron la oportunidad de trabajar en equipo con profesionales de la industria, adquirir conocimientos y habilidades prácticas en negocios internacionales, participar en proyectos relevantes y desarrollar habilidades específicas del campo. Además, la empresa demostró su compromiso con el bienestar y el desarrollo del estudiante, lo cual es un valioso aporte para su crecimiento personal y su futuro desempeño profesional.

Conclusiones

1. Identificación de falencias en la matriz de la compañía: Durante mi práctica empresarial en GEODIS como pasante de negocios internacionales, pude identificar varias falencias en la matriz de la compañía que afectaban su desempeño en el mercado. Estas falencias se relacionaron con aspectos específicos de la empresa, como la falta de alianzas estratégicas y la necesidad de potenciar su posición en el mercado.

2. Propuesta de implementación de alianzas estratégicas: Para abordar las falencias identificadas, se propuso la implementación de alianzas estratégicas con agentes comerciales. Estas alianzas permitirían a GEODIS compartir recursos y conocimientos, mejorar su posición en el mercado y enfrentar de manera más eficiente la competencia.

3. Proceso de selección y establecimiento de alianzas estratégicas: Para implementar esta estrategia, fue necesario identificar agentes comerciales potenciales que compartieran los mismos valores y objetivos que la empresa. Se evaluó su historial de colaboraciones previas y su experiencia en el sector de la logística y el transporte para asegurar una selección adecuada. Además, se estableció una comunicación efectiva con ellos, estableciendo una relación de confianza y objetivos comunes.

4. Importancia de la atención personalizada y la tecnología: La atención personalizada y el uso efectivo de la tecnología fueron herramientas clave para el éxito de las alianzas estratégicas. Estas permitieron una comunicación más eficiente y una gestión efectiva de la información, facilitando la colaboración entre GEODIS y los agentes comerciales.

5. Seguimiento y evaluación constante: Fue importante contar con un plan de seguimiento y evaluación constante de las alianzas establecidas. Esto permitió identificar posibles problemas y oportunidades de mejora, mejorando la eficiencia de las alianzas y la relación con los agentes comerciales.

6. Impacto de las alianzas estratégicas en GEODIS: La implementación de las alianzas estratégicas permitió a GEODIS expandir su presencia en el mercado, mejorar la eficiencia de la colaboración con los agentes comerciales y fortalecer su posición en la industria de la logística y el transporte. La selección adecuada de los agentes comerciales, la comunicación efectiva y el seguimiento constante fueron elementos clave para el éxito de estas alianzas.

En resumen, el informe concluye que la implementación de alianzas estratégicas fue una estrategia efectiva para abordar las falencias identificadas en GEODIS. Estas alianzas contribuyeron al mejoramiento de la posición de la empresa en el mercado, fortaleciendo la industria de la logística y el transporte.

Referencias

- Geodis. (2022). Global Supply Chain Operator. <https://geodis.com/co/en>
- González, J., & Canales, M. (2019). Revista Internacional de Comercio Exterior, 25(2), 45-60. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44918/7/S1900748_es.pdf
- González, R. (2022). Selección de agentes comerciales para establecer alianzas estratégicas. Revista de Logística y Transporte, 10(1), 12-23. <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/22288/Colecc4%20CIFI%20-%20Gestion%20operaciones%20y%20logistica%20vr%20digital%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Iglesias, J., Castellanos, O., & López, E. (2020). Alianzas estratégicas en el mercado actual: importancia de la atención personalizada y la tecnología. Revista Internacional de Administración, Finanzas y Economía, 13(1), 46-57. <https://www.theibfr.com/es/revista-internacional-administracion-finanzas-riaf/>
- Mendoza, L. & Beltrán, J. (2019). Alianzas estratégicas: Una estrategia de negocio para la competitividad y el crecimiento de la empresa. Revista de Investigación Académica, 47, 98-105. <https://www.redalyc.org/pdf/141/14127709022.pdf>
- Organización Mundial del Comercio. (2020). Report on G20 trade measures: October 2019 to May 2020. https://www.wto.org/english/news_e/news20_e/g20_report_24jun20_e.pdf
- Torres, N. (2021). La matriz DOFA como herramienta de análisis estratégico en la gestión empresarial. Revista de Investigación y Desarrollo Empresarial, 4(2), 45-56. <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/8278/F-DC-125%20-%20ENTREGA%20FINAL%20PROYECTO%20DE%20GRADO-LEIDY%20TATIANA%20VARGAS%20DELGADO%20%28FV%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>