

Proyecto De Grado

Plan De Mejora

Modelo de gestión de la información en DSV



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Estudiante:

Vega Conde Juan Pablo

Universidad Santo Tomás

Facultad De Negocios Internacionales

División de ciencias económicas

Modelo de gestión de la información en DSV

Vega Conde Juan Pablo

Universidad Santo Tomás

Proyecto de grado

Bastidas Mahecha Fabio Alejandro – Brayan Franco

Herramienta de gestión de la información

Facultad De Negocios Internacionales

Bogotá D.C Colombia

Julio, 2024

Resumen

El correo electrónico es una herramienta fundamental en la gestión de la información dentro de DSV Colombia. Este proyecto propone un modelo que optimiza su manejo, destacando su importancia en la productividad y la trazabilidad de la comunicación. En este trabajo, se presenta una propuesta de mejora hacia la empresa logística DSV Colombia. El enfoque de esta propuesta se centra en un modelo de gestión de la información en la empresa a modo de blog, el cual se enfoca en la creación de un modelo de manejo eficiente del correo electrónico para DSV Colombia. A través de recomendaciones prácticas sobre organización, etiquetado, y uso de herramientas útiles, se busca mejorar la productividad y asegurar una comunicación clara y trazable.

Agradecimientos

Ese proyecto de grado va dirigido principalmente a mi familia, a mi Papa quien siempre me ha apoyado y ayudado a ser quien soy hoy. A mi Mamá, quien siempre me mostro el camino correcto cuando yo no sabía cuál era. A mi Hermano, que siempre ha sido mi compañero de vida y a mi Abuela que siempre ha estado presente para nosotros a ellos quienes a lo largo de todo mi proceso educativo me han apoyado para alcanzar cada una de las metas que me he trazado, gracias a sus esfuerzos e innumerables consejos me he llenado de ilusión y motivación para así llegar a este gran momento. Por otro lado, agradezco a mis amigos, quienes han sido un gran apoyo en este proceso de aprendizaje, gracias por siempre estar ahí y ser un pilar que siempre me apoyó para lograr mis metas. De igual forma, le agradezco a mi pareja, quien me ha venido acompañando durante casi dos años y ha sido un apoyo grandísimo. Gracias por siempre

motivarme y ayudarme a ser cada vez una mejor personas, gracias por guiarme y darme consejos cuando más lo he necesitado, y finalmente gracias por tu amor y cariño, lo cual ha sido para mí fundamental en mi proceso educativo.

Finalmente, agradezco a cada uno de los profesores que hicieron parte de mi desarrollo, por trasmitirme todos sus conocimientos y por ayudarme a encontrar mis pasiones dentro de esta magnífica carrera profesional.

Introducción

En el dinámico mundo de la logística internacional, la eficiencia y competitividad de las empresas dependen en gran medida de las soluciones logísticas y la gestión eficaz de las cadenas de suministro globales. En este contexto, los agentes de carga en DSV Colombia desempeñan un rol crucial al conectar clientes, proveedores y otros actores clave. La comunicación, especialmente a través del correo electrónico, es el pilar que mantiene en funcionamiento estas operaciones diarias.

El correo electrónico ha venido tomando fuerza durante los últimos años como la herramienta de comunicación más importante a nivel mundial, así mismo en DSV Colombia, siendo esencial para la coordinación diaria entre agentes logísticos, clientes, aerolíneas, y navieras, oficinas del exterior. Cada agente del departamento de Procurement/Pricing Analyst debe gestionar un alto volumen de correos, lo que subraya la necesidad de un modelo de gestión de la información que optimice el manejo del correo electrónico.

Este proyecto se enfoca en desarrollar un modelo que mejore la organización y gestión del correo electrónico, con el objetivo de mejorar los tiempos de respuesta, facilitar el acceso a la información y mantener una trazabilidad precisa en cada solicitud. Implementar este modelo permitirá no solo una mayor eficiencia en la gestión diaria, sino también una mejora en las métricas de desempeño de los pricing analysts en DSV Colombia.

La implementación de este modelo no solo responderá a las necesidades operativas actuales, sino que también contribuirá a la creación de una cultura organizacional más orientada hacia la excelencia en el manejo de la información. Al garantizar que cada correo esté adecuadamente gestionado y registrado, se minimizarán los riesgos de errores o malentendidos, lo que se traduce en una mayor satisfacción del cliente y una optimización de los recursos internos. En un entorno donde cada segundo cuenta, la eficiencia en la comunicación se convierte en un diferenciador clave para DSV Colombia, potenciando su competitividad en el mercado global actual.

Índice.

RESUMEN	3
AGRADECIMIENTOS	3
1. DSV AIR & SEA COLOMBIA	7
1.1. ASPECTOS GENERALES	7
1.1.1. <i>Misión, Visión y Valores</i>	7
1.1.2. <i>Ubicación geográfica</i>	9
1.1.3. <i>Estructura Organizacional</i>	9
1.1.4 <i>Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.</i>	10
1.1.4.1 <i>Análisis DOFA</i>	12
2. PLANTEAMIENTO DEL PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES.....	14
2.1 PLANTEAMIENTO CENTRAL DEL INFORME DE PRÁCTICAS PROFESIONALES	14
2.2 IMPORTANCIA, LIMITACIONES Y ALCANCES DEL TRABAJO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES	18
2.2.1 <i>Importancia.</i>	18
2.1.2 <i>Limitaciones.</i>	19
2.1.3 <i>Alcances.</i>	20
2.3 OBJETIVO GENERAL	20
2.3.1 <i>Objetivos específicos.</i>	21
3. CONTENIDO DEL PLAN DE MEJORA.....	23
3.1. PROPUESTA DE PLAN DE MEJORAS.	23
3.2. CONCLUSIONES	24
3.4. ANEXOS	27
4. SEGUIMIENTO PRÁCTICA PROFESIONAL	27
4.1. PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA ORGANIZACIÓN.....	27
4.1.1 CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS TRAZADOS POR MES.....	29

1. DSV Air & Sea Colombia

1.1. Aspectos Generales

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". Y surgió como un conglomerado de transportistas que buscaban facilitar los procesos logísticos a las personas.

Así mismo, es una de las principales empresas de logística a nivel mundial y opera en más de 80 países. Ofrece opciones de servicios de transporte de mercancías por carretera, vía marítima, vía aérea y vía ferroviaria, 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. Las cuales hacen que DSV sea el segundo agente de carga más grande del mundo.

1.1.1. Misión, Visión y Valores

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, s.f.)

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 del sector. (DSV, s.f.)

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, s.f.)

1.1.2. Ubicación geográfica

DSV Colombia tiene a nivel nacional oficinas en las ciudades de Bogotá, Medellín, Pereira, Cartagena, Barranquilla y Buenaventura. De igual forma, también cuentan con bodegas de almacenamiento en las ciudades principales, que son Bogotá y Medellín. La práctica profesional fue realizada en las oficinas de la ciudad de Bogotá, la cual tiene como dirección:

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

1.1.3. Estructura Organizacional

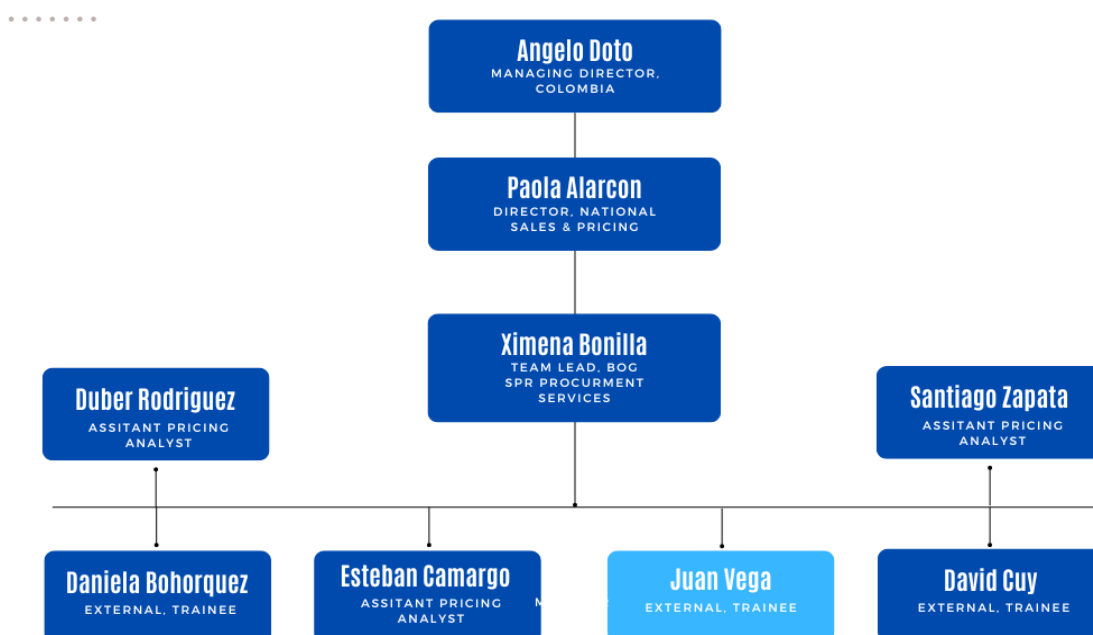
Durante mis prácticas profesionales, comencé desempeñándome como practicante en el área de *Procurement*. Sin embargo, tras un análisis interno de la compañía, se identificó que una fusión entre el área de *Sales* (responsable del contacto directo con clientes y de la elaboración de cotizaciones) y el área de *Procurement* (encargada del contacto con proveedores) podría optimizar los procesos y reducir los retrasos que estaban ocasionando la pérdida de oportunidades de negocio.

Como resultado de esta evaluación, se decidió crear el área de *Pricing Analyst*, que combina las funciones de *Sales* y *Procurement* en un solo departamento. Esta fusión permitió acortar significativamente los tiempos de respuesta, lo que se tradujo en un incremento en la cantidad de negocios cerrados y una mejora en la eficiencia operativa de la organización.

A continuación, será presentada la estructura organizacional del departamento de Procurment aéreo que a su vez se transformó en el área de pricing analyst.

Figura 1.

Estructura organizacional del departamento de procurment aéreo / DSV Colombia



Nota: Elaboración Propia a partir de la información suministrada por la empresa. (julio, 2024)

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

Hace unos meses, me encontraba en el departamento de Procurment & Pricing que estaba dividida en marítimo LCL y FCL, terrestre doméstico y aéreo domestico e internacional. En el aéreo Internacional yo realizaba mis prácticas donde nos encargábamos de realizar la creación y renovación de los proveedores para poder realizar operaciones, adicionalmente se realizaban las cotizaciones con aerolíneas para proveer la mejor tarifa al cliente teniendo una ganancia para la

compañía, destacando que en el transporte aéreo tiene muchos requisitos para el manejo de la carga, entre ellos está la carga sobredimensionada, remontable o no remontable, carga peligrosa, carga con control de temperatura, cargas valiosas, entre otras. Cada una de estas cargas generaban que cada solicitud fuera impredecible y que el plan de acción para poder realizarla tuviera que llevarse a cabo luego de un análisis de la misma.

Actualmente, la división de la cual hacía parte sufrió un cambio, las áreas de sales y procurment se fusionaron, generando la nueva rama llamada Pricing Analyst, encargados de todo el proceso con los clientes, desde recibir cotizaciones por parte de clientes u oficinas del exterior hasta la búsqueda de los proveedores necesarios para realizar la cotización sea en modalidad aérea o marítima, seguido a esto, formalizar la oferta y presentársela a los clientes, esperando que estos nos den autorización y aprobación para el manejo de las cargas, en este punto lo que debemos de hacer es instrucción al operativo encargado con toda la información de la carga como dimensiones, commodity, modalidad (aérea, marítima, terrestre), y cada uno de los gastos especiales que llevan los clientes, para que así, con toda esta información se pueda proceder a hacer reservas para el manejo de estas cargas.

En el departamento de Procurment aéreo como pricing analyst trainee estas eran mis labores principales :

- Realizar cotizaciones de acuerdo con el embarque requerido
- Actualización de las tarifas para las distintas modalidades manejadas por los clientes asignados
- Tener contacto con las aerolíneas y navieras

- Realizar temas de proveedores y creación de clientes
- Negociar las tarifas con los clientes para brindarles la mejor opción para el manejo de sus embarques
- Actualización o creación de tarifarios definiendo rutas seguidas que se manejan por cliente

Teniendo en cuenta esta información, durante el desarrollo de mis prácticas profesionales mi rol cambió debido a que las áreas de Procurment y de ventas se fusionaron debido a un mandato directo del director de DSV Colombia Ángelo Doto. Esta fusión ocasiono que el área de procurment en donde me contraba desarrollando mis practicas unificara las labores de los trabajadores, pasando a ser Pricing analyts.

1.1.4.1 Análisis DOFA

A continuación, se realiza una matriz DOFA, donde se muestran las Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de DSV Colombia enfocado al departamento de procurement aéreo enfocado en el rol de pricing analyst.

Figura 2

Análisis DOFA para DSV Colombia y el departamento de procurement aéreo

1.1.4.2.1 Fortalezas	1.1.4.2.3 Debilidades
• Conocimiento del Mercado: DSV Colombia cuenta con un equipo experimentado y conocedor del mercado logístico, lo que permite ofrecer soluciones efectivas y adaptadas a las necesidades de los clientes.	• Dependencia en el Correo Electrónico: La alta dependencia del correo electrónico como medio principal de comunicación puede llevar a saturación y posibles demoras en la respuesta, afectando la eficiencia operativa. • Falta de Estandarización en el Manejo del Correo: No todos los

• Red Global de Operaciones: La empresa tiene una sólida red global que facilita la coordinación y ejecución eficiente de las operaciones logísticas a nivel internacional. • Relación con Proveedores: Las alianzas con aerolíneas y navieras garantizan un flujo continuo de servicios y una alta confiabilidad en las operaciones por parte de los clientes de la empresa. • Uso de Tecnología: La implementación de sistemas tecnológicos modernos (CW1, DSV One, Web cargo net) mejora la gestión de la información.	agentes siguen un modelo estandarizado para la gestión del correo, lo que provoca inconsistencias en la trazabilidad y respuesta a los clientes. • Carga Laboral Elevada: El volumen de correos y tareas asignadas a los agentes puede generar sobrecarga de trabajo, afectando la productividad y aumentando el riesgo de errores. • Capacitación Insuficiente en Herramientas de Gestión de la información: Existe una necesidad de mejorar la capacitación de los agentes en el uso de herramientas tecnológicas que optimicen el manejo del correo electrónico y la información.
1.1.4.2.2 Oportunidades	1.1.4.2.4 Amenazas
• Mejora de la Retención de Clientes: Implementar un modelo eficiente de gestión del correo electrónico puede mejorar la calidad de la comunicación, reduciendo los tiempos de respuesta y aumentando la satisfacción del cliente. Esto podría fortalecer la lealtad de los clientes y su relación a largo plazo con DSV Colombia, mejorando la retención en un mercado altamente competitivo. • Optimización de las Capacitaciones: Existe una oportunidad significativa para desarrollar programas de capacitación enfocados en la gestión eficaz del correo electrónico y el uso de herramientas digitales. Esto no solo mejorará la productividad de los agentes, sino que también asegurará	• Alta competencia en el mercado: En un entorno donde los competidores están constantemente mejorando sus servicios, DSV Colombia debe asegurarse de que su modelo de gestión de correos electrónicos sea lo suficientemente robusto como para mantener su competitividad. La falta de un modelo eficiente podría llevar a una disminución en la satisfacción del cliente y una eventual pérdida de negocios. • Riesgos de Seguridad y Ciberseguridad: La dependencia del correo electrónico como herramienta principal de comunicación implica una exposición constante a amenazas de seguridad y ciberataques. Cualquier vulnerabilidad en la gestión de la

que la empresa esté equipada para manejar los desafíos tecnológicos y de información del futuro. • Fortalecimiento de la Cultura Organizacional: Al implementar un modelo de gestión de la información que promueva la organización y la eficiencia, se puede fomentar una cultura corporativa más alineada con la excelencia operativa. Esto podría resultar en un ambiente de trabajo más proactivo y colaborativo, donde se optimice el uso de recursos y se mejore la calidad del servicio. • Innovación en la Gestión de la Información: La creación y adopción de un modelo de gestión de correos puede posicionar a DSV Colombia como un líder en innovación dentro del sector logístico, destacándose por su capacidad para manejar grandes volúmenes de información de manera eficiente y efectiva.	información podría resultar en problemas para la empresa. • Dependencia de Proveedores: DSV Colombia depende en gran medida de la fiabilidad de los proveedores de correo electrónico. Cualquier falla o interrupción en estos servicios podría causar retrasos operativos, afectando la comunicación y, en última instancia, la satisfacción del cliente. • Resistencia al Cambio: La implementación de un nuevo modelo de gestión de la información podría enfrentar resistencia interna, especialmente si no se comunica adecuadamente su valor y beneficios. Esto podría ralentizar la adopción y limitar los impactos positivos esperados en la eficiencia operativa.
--	--

Nota: Elaboración Propia a partir de información obtenida en la práctica profesional. (julio, 2024)

2. Planteamiento del plan de mejora respecto a las prácticas profesionales

2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales

El presente informe propone la implementación de un modelo de gestión de la información en DSV Colombia, diseñado específicamente para mejorar la eficiencia en el manejo del correo electrónico, una herramienta crítica en la operación logística de la empresa. Este modelo, presentado en forma de blog, está dirigido principalmente a los

nuevos practicantes y empleados recientemente contratados, con el objetivo de fortalecer su capacidad para gestionar grandes volúmenes de correos de manera eficiente y organizada desde el primer día.

El modelo busca optimizar la productividad, la trazabilidad y el acceso a la información dentro de DSV Colombia, lo que es fundamental para mantener la calidad del servicio en un entorno altamente competitivo. Al mismo tiempo, servirá como una guía práctica para el uso diario del correo electrónico corporativo, asegurando que cada trabajador pueda identificar y priorizar correctamente las tareas según la urgencia y la importancia de los clientes asignados.

Este enfoque no solo tiene como objetivo mejorar la eficiencia operativa de los empleados, sino también fortalecer la relación de la empresa con sus clientes, asegurando respuestas rápidas y bien organizadas a las solicitudes. Además, se espera que al reducir el estrés asociado con la gestión ineficaz del correo electrónico, los empleados experimenten una mayor satisfacción laboral y afinidad con sus roles.

La implementación de este modelo como parte de la capacitación de nuevos practicantes y empleados contribuirá en los siguientes aspectos clave:

- **Estandarización en el Manejo del Correo Electrónico:** Una de las principales debilidades detectadas es la falta de estandarización en el manejo del correo electrónico entre los trabajadores del área. Para abordar este problema, se propone implementar un modelo estandarizado que incluya:

- Guías y Protocolos de Uso: Crear manuales de procedimientos que definan cómo organizar, clasificar y archivar correos electrónicos, con el objetivo de asegurar una trazabilidad uniforme y mejorar los tiempos de respuesta.
- Capacitación Continua: Ofrecer programas de formación periódica para asegurar que todos los trabajadores del área estén alineados con las mejores prácticas y el uso eficiente de las herramientas de gestión de correo.
- **Capacitación de uso del correo corporativo:** A través del blog se proporciona información acerca de la importancia de un buen manejo de correo, como gestionar un gran volumen de mensajes, consejos sobre uso, como marcar o desmarcar correos, creación de carpetas y organización de carpetas, creación de etiquetas para acceder fácilmente a información relevante, uso de herramientas claves en DSV como One Drive, DSV central o Microsoft Teams, manejo de la trazabilidad de los mensajes y demás herramientas que Facilitarán el entrenamiento en el uso de herramientas de automatización y gestión de correos, aumentando la eficiencia operativa.
- **Diferenciación en un mercado competitivo:** Al implementar el modelo de gestión de la información de los correos electrónicos, se va a generar un notable aumento en la productividad de los trabajadores (pricing analyst) lo cual generará que los clientes aumenten su buena percepción a cerca del trabajo de DSV, debido a que una parte fundamental de este rol es lograr brindar las soluciones adecuadas al cliente en el menor tiempo posible. Esto, así mismo se verá reflejado en un método de diferenciación de cara al cliente.

- **Gestión del Volumen de Correos y Carga Laboral:** Dado el alto volumen de correos que reciben los agentes logísticos, lo cual fue identificado como una debilidad, el plan de mejora incluye:
 - Optimización del Trabajo: Rediseñar los procesos internos para mejorar la asignación de correos y tareas, evitando la sobrecarga de trabajo en los agentes y asegurando una distribución equitativa de responsabilidades.
 - Implementación de Filtros: Configurar filtros automáticos que clasifiquen los correos por prioridad, permitiendo a los trabajadores centrarse en las comunicaciones más urgentes y relevantes.
- **Trabajo con proveedores:** El modelo establece los procesos a seguir para que, junto con el proveedor de correo electrónico corporativo se tenga acceso desde cualquier parte a la información, lo cual permite que el flujo de información siempre este seguro y confiable
- **Refuerzo en la Seguridad y Ciberseguridad:** Reconociendo la amenaza de riesgos de seguridad asociados al uso intensivo del correo electrónico se plantea lo siguiente:
 - Adopción de Protocolos de Seguridad Avanzados: Implementar medidas como la encriptación de correos, autenticación en dos factores y monitoreo constante de la actividad de los correos electrónicos para proteger la información sensible.
 - Capacitación en Ciberseguridad: Realizar capacitaciones regulares para sensibilizar a los agentes sobre las mejores prácticas en seguridad informática, reduciendo el riesgo de ciberataques.

- **Gestión del Cambio Organizacional:** Para mitigar la resistencia al cambio que podría surgir con la implementación del nuevo modelo se establece en el modelo de gestión:
 - Estrategias de Comunicación Interna: Desarrollar una campaña de comunicación interna que resalte los beneficios del nuevo modelo y explique claramente cómo se alineará con los objetivos estratégicos de DSV Colombia.
 - Piloto de Implementación Gradual: Comenzar con un proyecto piloto en un equipo pequeño antes de una implementación a gran escala, permitiendo ajustes basados en el feedback inicial y facilitando una transición amigable para los trabajadores.
- **Fomento de una Cultura Organizacional Eficiente:** Alentar una mayor organización y disciplina en la gestión de la información, que contribuirá al éxito general de la empresa.

El modelo de gestión de la información no solo es una gran herramienta para sobrepassar amenazas y debilidades, sino que tiene también la particularidad de que representa para DSV un factor de diferenciación el mercado, así como un modelo para asegurar un manejo adecuado de la información a nivel nacional, lo cual puede resultar beneficioso para aumentar la productividad y brindar una mejor atención al cliente, logrando sobresalir ante otros agentes de carga, alcanzando así una mayor competitividad en el mercado.

2.2 Importancia, limitaciones y alcances del trabajo de prácticas profesionales.

2.2.1 Importancia.

Este proyecto es crucial para DSV Colombia ya que aborda directamente uno de los mayores desafíos identificados en el entorno operativo: la gestión eficiente del correo electrónico en un entorno de alto volumen de comunicaciones. Dado que el correo electrónico es la principal

herramienta de comunicación en la empresa, su correcta gestión es esencial para mantener la productividad, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. El modelo propuesto tiene un impacto directo en la capacidad de los empleados para manejar la información de manera efectiva, lo que a su vez influye en la mejora de las métricas de desempeño y la satisfacción laboral.

2.1.2 Limitaciones.

Aunque el modelo propuesto tiene un amplio potencial para mejorar la gestión del correo electrónico en DSV Colombia, así mismo se pudieron identificar algunas limitaciones que deben ser presentadas a la hora de compartir el modelo de gestión propuesto, las cuales son:

- **Adopción y Adaptación:** La implementación exitosa del modelo depende en gran medida de la voluntad y capacidad de los empleados para adoptar nuevas prácticas. Existe la posibilidad de resistencia al cambio, especialmente entre aquellos que ya tienen hábitos de trabajo establecidos.
- **Capacitación Incompleta:** Dado el alto volumen de trabajo diario, es posible que no todos los empleados puedan participar de manera completa en las sesiones de capacitación, lo que podría llevar a una implementación desigual del modelo.
- **Tiempo de Implementación:** La mejora en la gestión del correo electrónico no será inmediata. Se requerirá tiempo tanto para la capacitación como para la adaptación al nuevo modelo, lo que podría retrasar los beneficios esperados.

- **Variabilidad en la Carga de Trabajo:** Las fluctuaciones en el volumen de correos pueden impactar la efectividad del modelo. En picos de alta demanda, es posible que el modelo no sea suficiente para mantener la eficiencia deseada.

2.1.3 Alcances.

El alcance de este proyecto se enfoca en mejorar la gestión del correo electrónico dentro de DSV Colombia, especialmente entre los nuevos practicantes y empleados recién contratados. Aunque el modelo está diseñado para ser una herramienta valiosa para todos los empleados, el enfoque inicial estará en aquellos que se integran recientemente a la empresa, ya que estos grupos suelen enfrentarse a mayores desafíos en la adaptación a la carga de trabajo y en la comprensión de los flujos de comunicación interna.

Además, este proyecto busca ser una solución escalable y adaptable que, una vez validada en el contexto de DSV Colombia, podría ser implementada en otras divisiones o filiales de la empresa. Sin embargo, el enfoque primario del presente informe se limita a la operación en Colombia y no considera la implementación inmediata en otras regiones o departamentos.

2.3 Objetivo General.

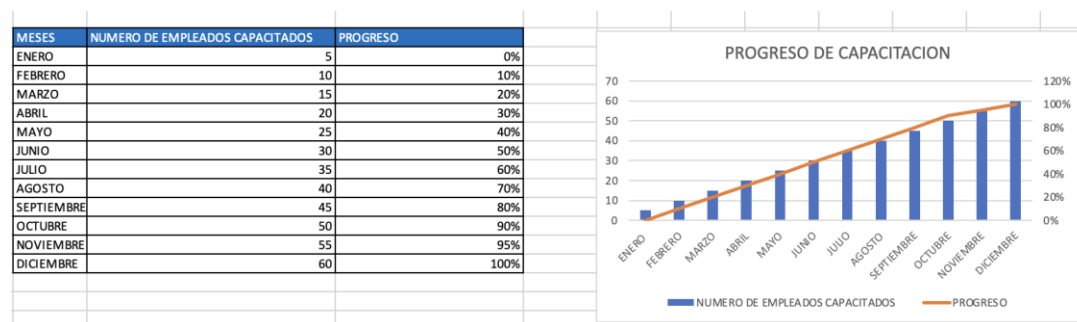
Establecer un modelo de gestión de la información en DSV Colombia que garantice un óptimo manejo del correo electrónico corporativo por parte de los empleados para mejorar la productividad, asegurar la trazabilidad, seguridad y calidad de la información, así mismo garantizar una buena organización de la información y el cumplimiento de cara

al cliente en cuanto a tiempos de respuesta y soluciones logísticas con el fin de fortalecer la eficiencia operativa y la competitividad en el mercado logístico.

2.3.1 Objetivos específicos.

- **Desarrollar un blog informativo como herramienta de capacitación** para nuevos practicantes y empleados recientemente contratados, que incluya guías, atajos, y mejores prácticas en el uso del correo electrónico corporativo, para mejorar la rapidez y calidad de las respuestas a clientes y proveedores.
 - Indicador: Número de empleados capacitados y progreso de adopción del modelo
 - Medición: A través de encuestas de satisfacción y métricas de uso del correo.

Figura 3



Nota: Elaboración Propia a partir de información obtenida en la práctica profesional. (julio, 2024)

- **Estandarizar los procesos de gestión del correo electrónico en DSV Colombia:**
 - Acción: Diseñar e implementar un manual de procedimientos para la gestión del correo electrónico que incluya directrices claras sobre la clasificación, archivo, y etiquetado de correos electrónicos.

- **Propósito:** Garantizar la uniformidad en la gestión de la correspondencia digital, evitando la pérdida de información y facilitando la recuperación de correos importantes.
- **Resultado Esperado:** Reducción en el tiempo de búsqueda de correos electrónicos y mayor consistencia en la forma en que se gestiona la comunicación interna y externa.
- **Aumentar la trazabilidad y el acceso a la información** facilitando la recuperación de correos y la organización de las comunicaciones por cliente o proyecto, mejorando la eficiencia y reduciendo errores.
- **Fortalecer la seguridad de la información** mediante la inclusión de prácticas recomendadas en el manejo del correo electrónico, con el objetivo de reducir los riesgos asociados a la gestión ineficiente o insegura de los correos.
- **Monitorear y evaluar el impacto de las mejoras implementadas mediante indicadores de rendimiento:**
 - **Acción:** Definir e implementar indicadores clave de rendimiento (KPI) relacionados con la gestión del correo electrónico, como el tiempo de respuesta, la cantidad de correos archivados correctamente, y la reducción en la duplicación de correos.
 - **Propósito:** Medir la efectividad de las estrategias implementadas y realizar ajustes necesarios para optimizar continuamente el proceso.
 - **Resultado Esperado:** Un sistema de gestión del correo electrónico que evolucione con las necesidades de la empresa, garantizando mejoras sostenibles a largo plazo.

3. Contenido del plan de mejora.

3.1. Propuesta de plan de mejoras.

La propuesta de mejora está dirigida principalmente al departamento de Procurement Aéreo/Pricing Analyst, donde se realizaron las prácticas profesionales. El plan consiste en la creación de un modelo de gestión de la información para optimizar el manejo del correo electrónico, aprovechando herramientas y estrategias identificadas en el análisis DOFA. Este modelo no solo abordará las debilidades y amenazas, sino que también potenciará las fortalezas y aprovechará las oportunidades.

El modelo de gestión incluye una guía detallada y consejos prácticos sobre el uso del correo electrónico. En primer lugar, se sugiere la organización y clasificación de correos mediante la creación de etiquetas y carpetas por cliente y proyecto, lo cual mejorará la organización y facilitará la recuperación de información. Además, se implementarán protocolos para el uso coherente del "subject" y la trazabilidad de mensajes, asegurando que toda la cadena de comunicación sea fácil de seguir y localizar.

En cuanto a las herramientas externas integradas, se propone la incorporación de un conversor de divisas actualizado y acceso directo a noticias logísticas relevantes. Estas herramientas se integrarán en la interfaz del correo electrónico mediante extensiones o enlaces rápidos, permitiendo a los empleados acceder fácilmente sin interrumpir su flujo de trabajo. También se utilizarán bases de datos online y aplicaciones que proporcionen información actualizada sobre Incoterms y especificaciones de aerolíneas. Estas herramientas estarán vinculadas directamente

al sistema de correo electrónico, facilitando que los trabajadores accedan a esta información sin salir de su entorno de trabajo. Además, el modelo incluirá un blog informativo y tutoriales integrados en la plataforma de correo, donde se abordarán temas como la gestión eficiente del correo, el uso de nuevas herramientas y la importancia de mantener la seguridad de la información.

Para garantizar la adopción y efectividad del modelo, se diseñará un plan de implementación que incluye capacitación inicial y continua. Se ofrecerán sesiones de formación inicial y actualizaciones periódicas para los empleados, asegurando que todos estén alineados con las mejores prácticas y sepan utilizar las nuevas herramientas eficientemente. También se establecerán indicadores clave de rendimiento (KPI) para medir el impacto de las mejoras, tales como la reducción en el tiempo de búsqueda de correos, la mejora en la respuesta a clientes y la eficacia en la gestión de la información.

Con este enfoque, se espera no solo mejorar la eficiencia operativa del departamento, sino también fortalecer la relación con los clientes y optimizar la satisfacción laboral de los empleados al reducir la carga de trabajo asociada a una gestión ineficiente del correo electrónico.

3.2. Conclusiones

- 1. Optimización de la Gestión de Correos Electrónicos:** Se concluye que la implementación del modelo de gestión de la información propuesto ha permitido una mejora significativa en la organización y eficiencia en el manejo de correos electrónicos. Esto ha llevado a una reducción del tiempo invertido en la búsqueda de

información y a una mejor trazabilidad en las comunicaciones internas y externas.

Esta conclusión está alineada con los objetivos del proyecto, que buscaban fortalecer la capacidad de respuesta y organización dentro del departamento de Procurement Aéreo/Pricing Analyst.

2. **Integración Exitosa de Herramientas Externas:** La integración de herramientas externas, como conversores de divisas y bases de datos sobre Incoterms, ha potenciado la operatividad del equipo, facilitando el acceso rápido a información crítica sin interrumpir el flujo de trabajo. Esto no solo cubre una debilidad identificada en el análisis DOFA, sino que también explota oportunidades para mejorar la productividad y precisión en las tareas diarias.
3. **Capacitación Continua y Actualización del Personal:** Se recomienda implementar un programa de capacitación continua para todos los empleados del departamento, con especial enfoque en la adopción del nuevo modelo de gestión y el uso eficiente de las herramientas integradas. Esto asegurará que el personal esté siempre alineado con las mejores prácticas, contribuyendo a una mejora constante en el desempeño del departamento.
4. **Monitoreo y Evaluación Constante:** Es crucial establecer y monitorear indicadores clave de rendimiento (KPI) para evaluar el impacto del modelo de gestión de la información a lo largo del tiempo. Estos indicadores deben incluir la eficiencia en la gestión de correos, la satisfacción del cliente y la reducción en el tiempo de respuesta, permitiendo ajustes y mejoras continuas en el proceso.

5. **Expansión del Modelo a Otras Divisiones:** Dado el éxito inicial en el departamento de *Procurement Aéreo/Pricing Analyst*, se recomienda considerar la expansión del modelo de gestión de la información a otras divisiones de DSV. Esta expansión debería realizarse con adaptaciones pertinentes según las necesidades específicas de cada área, para maximizar el impacto positivo en la organización.

6. **Contribución al Fortalecimiento Competitivo de DSV:** Finalmente, se concluye que estas mejoras no solo optimizan los procesos internos, sino que también fortalecen la competitividad de DSV en el mercado global. Al mejorar la eficiencia operativa y la gestión de la información, DSV está mejor equipada para enfrentar los desafíos logísticos internacionales, lo que se traduce en un valor añadido para la empresa y sus clientes.

3.3 Bibliografía

DSV AIR & SEA . (2023). *DSV AIR & SEA* . Obtenido de Propósito y estrategia:

<https://www.DSV Air & Sea .com/es-es/sobre-DSV Air & Sea /proposito-y-estrategia>

DSV AIR & SEA . (s.f.). *DSV AIR & SEA* . Obtenido de DSC: <https://www.DSV Air & Sea>

.com/es-mx/sobre-DSV Air & Sea /valores

Christopher, M. (2016). *Logistics & Supply Chain Management* (5th ed.). Pearson.

3.4. Anexos

Enlace de acceso al modelo de gestión de la información en DSV Colombia. Pagina web – Blog

“ <https://juanvegadsv.weebly.com> “

4. Seguimiento práctica profesional

4.1. Programación de actividades realizadas en la organización.

Las actividades realizadas en la organización estaban dirigidas primeramente en el manejo de exportaciones aéreas a nivel internacional, dentro de las actividades se incluye: solicitudes de cotización para cargas de exportación en modalidad aérea. Posteriormente, debido a un cambio interno en mi área empecé a realizar cotizaciones a clientes asignados tanto en importaciones como exportaciones y en modalidad aérea y marítima. Así mismo, me encargaba de la creación y actualización de tarifarios mensuales, trimestrales o anuales de mis clientes asignados, en donde contactaba oficinas de otros países de DSV para negociar las tarifas a acordar para presentar al cliente, dar respuesta a solicitudes por parte de oficinas del exterior para operaciones de importación o exportación desde o hacia Colombia en modalidad aérea, comunicación constante con proveedores (aerolíneas y navieras), comunicación constante con clientes, diligenciamiento de cotizaciones y actualizaciones de documentación. A continuación una tabla con las actividades realizadas.

Labores como Procurment expo aérea	Frecuencia
Solicitudes al exterior y envío de tarifarios de importación a equipo comercial y operáticos.	Mensual
Llamadas de seguimiento a proveedores (aerolíneas) para la actualización de tarifas de perecederos y notificación de novedades.	Semanal
Seguimiento al envío de documentos por parte de proveedores.	Semanal
Validación de actualización de tarifarios de acuerdo con las aerolíneas para su posterior envío a equipo operativo.	Mensual / Semanal
Dar respuesta a solicitudes de cotizaciones de exportaciones aéreas	Diario

Labores como Pricing Analyst	Frecuencia
Cotizaciones de importación / exportación en modalidad aérea / marítima a los clientes asignados.	Diario
Creación o actualización de tarifarios.	Mensual / Trimestral
Dar respuesta a solicitudes de oficinas del exterior en cuanto al requerimiento de tarifas para importaciones o exportaciones desde o hacia Colombia.	Diario
Contacto con proveedores (aerolíneas o navieras) para tarifas.	Diario

Nota: Elaboración propia a partir de las actividades realizadas en las prácticas profesionales (Julio, 2024)

4.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes

Actividades, Logros y dificultades por ciclo durante el desarrollo de las prácticas profesionales.

Figura 4

Ciclo	fecha	Actividades desarrolladas	logros	Dificultades enfrentadas
4.1.1.1. Ciclo 1	Enero – Febrero	1. Etapa de introducción a la empresa y al área de procurment. 2. Capacitación por parte de jefa directa a cerca del manejo de mercancías en modalidad aérea. 3. Capacitación de las plataformas que se usan en la empresa (Web Cargo Net, CW1, DSV One, Citrix) 4. Capacitación y presentación con proveedores (aerolíneas) 5. ejercicios matemáticos con respecto al cálculo del	1. Rápida adaptación y adquisición de conocimientos de la empresa 2. Adquisición de conocimientos directos del área 3. Adaptación a las plataformas de uso diario para la realización del trabajo. 4. Adquisición de conocimientos a cerca del manejo de aerolíneas y procesos relacionados a los proveedores	1. Falta de algunos conocimientos específicos para el área. 2. Errores en el envío y organización de correos 3. Dificultad para reconocer las funciones que correspondían a cada área de la compañía. 4. Dificultad para encontrar métodos de organización para cumplir con todas las responsabilidades.

		peso cargable de la mercancía. 6. Respuesta a solicitudes a través de la plataforma Web Cargo Net de exportaciones aéreas.	5. Comprender aspectos teóricos del manejo aéreo de mercancías 6. Conocimiento a cerca del manejo de mercancías con las distintas aerolíneas.	5. Errores en el uso de las plataformas para responder solicitudes.
4.1.1.2. Ciclo 2	Febrero – Marzo	1. Realización de tarifarios por aerolíneas. 2. Llamadas semanales a los proveedores. 3. Actualización del cuadro de tarifas para mercancías perecederas. 4. Actualización y seguimiento de documentos de los distintos proveedores. 5. Actualización de tarifas en la plataforma WCN. 6. Creación de base de datos para uso interno a cerca de información relevante de los proveedores.	1. Conocimiento a cerca de las tarifas negociadas entre DSV y las aerolíneas. 2. Identificación de características relevantes por cada aerolínea como dimensiones y pesos máximos, Commodities restringidos o tipos de cargas peligrosas. 3. Establecimiento de relaciones comerciales con los proveedores. 4. Identificación de rutas más recurrentes	1. Desconocimiento de las principales características de las aerolíneas. 2. Falta de adaptación a las plantillas para la creación de tarifarios por aerolínea para clientes específicos. 3. Falta de capacitación en cuanto a la actualización de proveedores. 4. Errores en actualización de

			para el manejo de mercancía aérea. 5. Conocimiento a cerca de características para el manejo de mercancías perecederas como temperatura indicada o temporadas.	tarifas perecederas debido a desconocimiento de las plantillas y por confusión con rutas por aerolínea.
4.1.1.3. Ciclo 3	Marzo – Abril	1. Análisis de las cotizaciones realizadas por WCN 2. Brindar soporte al área de ventas en cuanto a solicitudes aéreas. 3. Asistencia a capacitaciones a cerca de manejo de mercancías en modalidad marítima, terrestre nacional e internacional, manejo de mercancía doméstica, entre otras capacitaciones para la preparación del cambio	1. autoevaluación de buen desempeño en las cotizaciones realizadas. 2. Adquisición de nuevos conocimientos de las demás áreas del departamento de procurment de cara a la implementación de un proyecto interno. 3. Aumento de la cercanía laboral con las demás áreas de procurment.	1. Tiempos para realizar el trabajo diario debido a las constantes capacitaciones diarias para la preparación del proyecto de fusión entre procurment y ventas. 2. Nuevos desafíos como la implementación de nuevas plataformas al uso diario. 3. Confusión por la gran cantidad de

		de roles dentro del departamento de procurment.		información dada en tan corto tiempo.
4.1.1.4. Ciclo 4	Abril – Julio	1.cambio de rol a pricing analyst debido a proyecto de fusión interno del área de procurment y ventas. 2. Entrega de clientes de parte del área de ventas 3. Presentación con los comerciales de cada cuenta y manejo de cada proyecto de los clientes asignados. 4. creación o actualización de tarifarios mensuales o trimestrales a cada cliente asignado. 5. Realización de solicitudes por parte de oficinas del exterior ante importaciones o exportaciones desde o hacia Colombia.	1. Absorción de mayor experiencia en otros campos de la logística como importaciones y exportaciones en modalidad aérea, marítima y terrestre. 2. Mejora en la productividad debido a la implementación del modelo de gestión de la información. 3. Autoevaluación exitosa de conocimientos adquiridos durante las practicas profesionales en DSV 4. Ganancia de experiencia en el	1. Dificultades para asumir el gran cambio de rol debido a la fusión interna. 2. Desconocimiento de cómo tratar a los clientes. 3. Dificultad para organizar y tener métodos efectivos de respuesta ante la gran cantidad de correos diarios. 4. aumento de las responsabilidades laborales diarias con la asignación recurrente de clientes.

		6. Capacitación de nuevo empleado en el área 7. Construcción del modelo de gestión de la información	trato recurrente de clientes. 5. Adquisición de nuevas capacidades como aumento del trabajo en equipo.	
--	--	---	---	--

Nota: Elaboración Propia a partir de información obtenida en la práctica profesional. (julio, 2024)