

SUPPLA S.A.S EMPRESA DE DHL (logos)

PÁRRAFO 1. DHL es una empresa que ofrece el servicio de envíos, donde el negocio inicia desde la solicitud de un servicio en envíos o paquetería, donde días después de su solicitud se inicia con el proceso en Logística para el transporte de este., cuenta con varias áreas en atención.

1. Control en abastecimiento
2. Tiempos en entrega
3. Transporte óptimo

Contando con entregas en más de un millón al año

PÁRRAFO 2: DHL es una empresa de logística internacional alemana que ofrece servicios de mensajería, entrega de paquetes y correo urgente, que es una división de la empresa de logística alemana Deutsche Post. El grupo de empresas entrega más de 1.600 millones de paquetes al año y su sede principal está en Bonn, Alemania. Con más de 400000 personas, en más de 220 países y territorios en todo el mundo, donde se tiene un alcance más grande que nunca antes, contando con un equipo de servicio especializado para responder al cliente desde las 8 am hasta las 9 pm, creada en finales de 1970.

Propuesta de valor y cliente:

- 1) Atiende a personas naturales o jurídicas y a empresas en cuanto a diferentes sectores.
- 2) Les provee el servicio en las entregas de envío, no solo a nivel nacional sino a cada rincón del mundo donde DHL se encuentra posicionado.
- 3) Respecto a la competencia lo hace diferente sus devoluciones si no llega el paquete que pidió, la empresa ofrece garantía por ello.
- 4) Los clientes lo prefieren por los servicios que ofrece en cuanto al manejo de la logística en el transporte ya que cuenta con varios tipos .

Misión y valores fundamentales:

Valores:

- Velocidad, para que se ajuste a los mejores tiempos y cumplimiento.
- Bien a la primera, no a la segunda ni a la tercera.
- Poder hacerlo, siempre es posible.
- Pasión por el cliente, compañeros, compañía, activos y demás.

Misión:

“Somos creativos, hacedores y pioneros que desafían constantemente los límites de lo posible. Y ahora nos enfrentamos a la frontera final: realizar envíos a la Luna».

Formación de valor y actividades principales

Formación de valor:

Desde el rol de los supervisores se idea la amplificación de las estrategias de liderazgo que vienen desde un nivel global y así los **líderes logran adaptar al contexto local dichas estrategias** sin salirse los lineamientos básicos.

ACTIVIDADES PRINCIPALES:

- Transporte de mercancías aéreas.
- Transporte de mercancías marítimo.
- Transporte de mercancías por carretera.
- Transporte de mercancías por tren.
- Aduana.
- Soluciones.
- Servicios adicionales.

Modelo de ingresos

- Ingresos por almacenaje: A mayores días de almacenamiento del paquete mayor será el ingreso.
- Ingreso de transporte: Dependiendo de la vía de transporte a utilizar variaran los precios.
- Ingreso de distribución: A mayor distancia de envío del paquete mayor será el precio que pagará el cliente.

Organización

A nivel nacional:

- Suppla S.A
- Suppla Cargo S.A.S
- Serviceuticos LTDA
- Servilogistic

A Nivel Mundial:

- DHL Express
- DHL Commerce Solutions
- DHL Global Forwarding
- DHL Parcel
- DHL Freight
- DHL Supply Chain
- Deutsche Post International

Siendo estas las principales divisiones, DHL es una empresa grande y reconocida, las principales tareas que realiza son el tiempo estimado de entrega en envíos, donde se logra tener una acción vinculada a aquellos colectivos que por características diferenciales se tienen procesos distintos, teniendo en cuenta que en muchas organizaciones, cada vez se hacen más cosas con el empleado que por el empleado, “En la medida en que nuestros empleados están **más comprometidos y participan más, estamos yendo en la dirección adecuada**”.

DESAFÍOS

1. La reducción de la capacidad logística y cierre de fábricas a nivel global: Un aumento exponencial del comercio electrónico; y la distribución de 15 mil millones de vacunas a todo el mundo. **“Dicen que es el mayor desafío logístico después de la Segunda Guerra Mundial”**, aseguró el ejecutivo de la compañía líder global en la industria de logística.
2. Necesidad de recursos humanos con nuevas capacidades: Una digitalización completa de la cadena; competidores integrados no tradicionales -como e-logistics, Amazon, Alibaba-, que puedan dar soluciones a la logística; un cambio de comportamiento e hiper aceleración de la última milla. **“Tenemos que conseguir una mirada completa e intentar una cadena más limpia, reduciendo la emisión de CO2”**.
3. Se necesita creatividad y conocimiento para hacer de la logística un sector de alta innovación: Son necesarias la adquisición de nuevas herramientas de digitalización que se adapten a las necesidades del consumidor y ciberseguridad, así como también, el desarrollo de Inteligencia Artificial para un transporte más predictivo, menos contaminante y automatizado, finalmente obtener nuevas tecnologías como impresión 3D, drones y más.

4. El crecimiento de esta modalidad de compra y venta de artículos despertó la preocupación por el impacto ambiental que la logística y la movilidad de mercancías genera.

“Si bien la reducción de los vuelos de pasajeros en todo el mundo tuvo un impacto positivo, aunque temporal, en las emisiones a nivel mundial en 2020, la cuestión de las inversiones en el cuidado del medioambiente, tanto en el sector público como en el privado, fue reemplazada por prioridades más inmediatas relacionadas con el Covid-19”, resaltó **Javier Bilbao**, CEO de **DHL Supply Chain Latinoamérica**.

5. En ciudades como **São Paulo** y **Lima**, ejemplifica el documento, la congestión del tránsito puede costar hasta un 10% del producto interno bruto (PIB).

“Los índices de urbanización del 80% en promedio significan que la región enfrenta todos los desafíos de las economías más desarrolladas, junto con sus propios desafíos peculiares, mientras las empresas buscan resolver los problemas logísticos de una manera que aumente la sostenibilidad del **comercio electrónico**”.

El plan de la empresa en su propuesta de valor es crecer de una manera sostenible con un alto nivel de servicio, y el valor que tienen como empresa es su alto compromiso por ofrecer un buen servicio, y una buena atención al cliente, desde todas sus áreas velando por un buen funcionamiento, contando con una estructura sólida en cuanto a su organización.