

EMPRESAS EXITOSAS: Buscando La Respuesta Más Acertada a Su Desarrollo.



Universidad de Bogotá
JORGE TADEO LOZANO

TITULO:

EMPRESAS EXITOSAS: BUSCANDO LA RESPUESTA MÁS ACERTADA A SU
DESARROLLO

AUTORA:

INDYRA KATERINE RODRIGUEZ URREGO

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO

ESPECIALIZACIÓN EN LOGÍSTICA COMERCIAL NACIONAL E INTERNACIONAL

III SEMINARIO EN GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

PROFESOR: JAIRO SANCHEZ SEGURA

AGOSTO DE 2012

BOGOTÁ

RESUMEN

La participación de las empresas en el mundo comercial, logístico y social se ha incrementado y aunque se pueden tener en cuenta muchas, son dos las que simbolizan un estándar de casos logísticos Exitosos reales, es así como se proyecta una nueva idea en el mundo, involucrar un país como Panamá como empresa, el cual determina los factores claves que pueden ver a este gran país como una empresa que brinda todos los servicios logísticos requeridos para dar respuesta a una sociedad que busca la confiabilidad y la fortaleza de su mercado. Una relación de dos empresas llevadas a su máximo para definir si un país se puede llamar a si mismo empresa.

PALABRAS CLAVE: Empresa, estrategias logísticas, éxito, trayectoria, emprendimiento, know how, just in time, empoderamiento.

ABSTRACT

The participation of companies in the world has increased and although you can take into account many, there are two standard symbolizing a Successful logistics real cases, as well as projected is a new idea in the world, involving a country like Panama as a company, which determines the key factors that can see this great country as a company that provides all the logistics required to respond to a society that seeks reliability and strength of its market. A ratio of two companies brought to their maximum to define whether a country can call itself company.

KEY WORDS: Company, enterprise logistics strategies, success, career, entrepreneurship, know how, just in time, empowerment.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	4
1. Descripción y Relación Entre Empresa y Logística	5
2. Toyota en el Mundo	7
2.1. Toyota en Colombia	9
3. DHL en el Mundo.....	11
3.1. DHL en Colombia	13
4. Panamá= Pais= Empresa Exitosa	14
Conclusiones	16

INTRODUCCIÓN

El mundo comercial y económico hoy por hoy está conformado por actores preponderantes, es decir, países que representan la razón de ser de que el mundo se mueva de la manera como hoy se está moviendo, es así como dichos actores se ven involucrados en los tan nombrados mercados emergentes, mercados y/o países que cuentan con un desarrollo proporcional y diferente a aquellos denominados de tercer mundo. Sin dejar de lado la crisis de las potencias del mundo, van a ser otros actores los que serán nombrados y tenidos en cuenta en la magnificación de los procesos de mejora continua, denominados la clave de la economía mundial (portafolio.com- 2011). Ahora bien, se presenta la necesidad de encontrar aquellas fortalezas y aquellos hechos que contribuyan a seguir desarrollando los espacios de interacción socio- económica, implementando herramientas que proyecten el estado positivo de los escenarios donde se van a explotar dichas herramientas. La empresa es hoy en el aspecto global, el ideal de muchas sociedades que determinan que la mejor manera de adquirir valor y de obtener beneficios positivos es la creación e implementación de empresa, de compañía, de industria especializada por medio de la cual se reciben unos beneficios lucrativos importantes. Así como se define a continuación *"entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados"* (García y Casa Nueva 2000). Las empresas se desarrollan en distintos espacios con fines distintos pero todas en última instancia lo que buscan es generar un bien o brindar un servicio, con lo anterior y con el propósito de este documento, se referenciará información que establecerá cuales son las más llamativas prácticas que dividen la historia en dos, el de las empresas ganadoras (Marcus 2006), las que de acuerdo a su *know how* lograron establecerse y volverse significativas en el mercado mundial. Adicionalmente se debe también tener presente que la logística es otro factor que complementa el desarrollo de la empresa exitosa en el presente escrito lo que significara según (B. Franklin 2004) "es el movimiento de los bienes correctos en la cantidad adecuada hacia el lugar correcto en el momento apropiado, lo que genera una visión optimista que representan las empresas que serán motivo de investigación en el presente trabajo. Son dos empresas y son aquellas que de acuerdo al ranking de mejores empresas en el sector en el que se desempeñan y además por gusto propio han demostrado que tienen las **facultades**

necesarias para pertenecer a las mejores del mundo, estas empresas son Toyota (<http://es.classora.com/reports/u80601/ranking-de-las-mayores-empresas-de-automovilismo-del-mundo>, conexioncentral.com- 2009) y DHL (ultimahora.com 2010), que con un argumento específico y una participación en Colombia lograron llamar la atención y así ser las que resulten siendo utilizadas en una comparación con respecto de un país, Panamá. Muchos se preguntaran cual es la relevancia y la importancia de realizar este tipo de relación, todo se traduce a, que Panamá es un centro de armonización logística que establece, produce, ejemplariza y convierte las mejores prácticas en su know how predilecto, el de ofrecer servicios logísticos, el de reunir o centralizar a millones de empresas para que inviertan, cooperen y conozcan el más grande poder de tener en un país todos los servicios empresariales que todo empresa individual quisiera tener, así las cosas, en el transcurso de este proyecto Panamá se convertirá en la empresa que todos quisieran tener y en la que todos quisieran trabajar, es por esto que el centro de la información se centrara en la frase: “Panamá un país convertido en el mejor escenario competitivo focalizándolo como una empresa de servicios logísticos” y adicionalmente se buscara obtener el mejor argumento a la pregunta base del presente escrito, ¿Cuál es la clave y/o las herramientas que determinan el desarrollo de una empresa y el de un país para que se traduzcan en casos reales de éxito?

El desarrollo del tema se realizara de una forma aunque general, descriptiva de acuerdo a los momentos y los más grandes logros que estas empresas han conseguido y cuáles son esos factores claves que los han llevado al éxito, mencionando adicionalmente su participación en Colombia y su visión positiva de entrar en este espacio mundial y se culminara con una breve información de lo que significa Panamá para el mundo y como se da esta relación y/o comparación con respecto a empresas de éxito logístico, es decir, Panamá igual país igual una sola empresa.

1. DESCRIPCIÓN Y RELACIÓN ENTRE EMPRESA Y LOGÍSTICA

La empresa según la Real Academia Española es de sus múltiples significados, la Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos. Este es el significado que todo el mundo debe conocer de lo que representa una entidad para la sociedad la visión y la misión que compone el ser de la misma complementa el hecho de que están en medio del mercado para fortalecer la industria y complementar los

espacios que no se han desarrollado de la mejor manera, esto se puede traducir a una frase de Columella (Prieto 2008) “*La parte más importante de cada negocio es saber lo que hay que hacer*”, es decir, conocer y fortalecer su *know how* para tener argumentos de respuesta en el momento de tomar decisiones efectivas, eficacia y eficiencia.

Si bien el factor característico del presente aparte es la empresa, es indispensable complementarlo con otro factor que agrega valor a sus operaciones y genera beneficios en los resultados obtenidos, se habla de la logística, que se define según la Real Academia Española como Conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución, en este sentido se pueden nombrar aquellas herramientas y/o factores que pueden determinar que una empresa involucre la competitividad dentro de sus metas, dentro de sus objetivos, dentro de su razón de ser, es así como el padre de la estrategia empresarial actual manifiesta que sin lugar a dudas la mejor manera de llegar a la competitividad es centrarse directamente en la empresa, donde se determine cuáles son esos factores de valor añadido que brinda mejor posicionamiento y mayor reconocimiento, aquellos que permitan venderse en el mercado y tengan un desarrollo complementario positivo en el corto y largo plazo, con lo anterior el ser competitivo según (Porter 2009) se traduce a: “*tener características especiales que nos hacen ser escogidos dentro de un grupo de empresas que se encuentran en un mismo mercado buscando ser los seleccionados. Es diferenciarnos por nuestra calidad, por nuestras habilidades, por nuestras cualidades, por la capacidad que tengamos de cautivar, de seducir, de atender y asombrar a nuestros clientes, sean internos o externos, con nuestros bienes y servicios, lo cual se traduciría en un generador de riquezas*” (Porter 2010).

Es por esto que la relación de estos dos significados debe ser puntual y aplicado en la vida real, la logística hace parte del mejor proceso de organización en las empresas que vinculan procesos y procedimientos, los cuales hacen parte de la buena proyección y el buen manejo de los recursos que brinda tanto la tierra, como herramienta que ofrece todo aquello que podemos utilizar para producir y generar cambios, como la mano de obra que ofrece un servicio competitivo y en otros casos entregar un producto novedoso y de buena calidad.

Empresas de distintos fines se pueden encontrar, desde el desarrollo de proyectos sin ánimo de lucro, hasta empresas dedicadas a la comercialización internacional. Es por esto que

cada vez avanzar en términos de gestión de la calidad, implementación de normas que catapulten a la empresa significa mayor confianza y mayor fortaleza tanto logística como empresarialmente ubicando poco a poco esos estándares que solo los buenos pueden alcanzar (Marcus 2006). Pero en el medio logístico se definen dos empresas que generan admiración por sus casos de éxito, por su historia de emprendimiento y alcance mundial, por lo anterior, a continuación se desarrolla una faceta importante de cada una de las empresas, contado específicamente porque son el ejemplo logístico más tangible en sus determinados mercados especializados.

2. TOYOTA EN EL MUNDO

En Japón hace muchos años, aproximadamente hacia 1.933, se funda una empresa que sería un Top en la industria automotriz, como es conocido en el legendario legado de los japoneses, lo que los padres construyen los hijos deben cultivarlo y es así como con el transcurso del tiempo se empiezan a proyectar los primeros prototipos que serán los que darán el punto de partida a la gran empresa que será en un futuro, con esto, y con la creación del primer prototipo de automóvil para pasajeros en Japón, Toyoda siendo conocida con este nombre por el apellido de sus creadores pone en debate y elección publica un nuevo nombre para su empresa, con el fin de ser más reconocida e innovar en este tipo de mercado, después de un tiempo de selección el nombre de la empresa pasa a Toyota, siendo este el mejor nombre en términos de pronunciación y recordación entre las personas, adicionalmente tendrá referencia al comienzo feliz y nombre de la suerte y prosperidad. Es así como la empresa ingresa al mercado fomentando incertidumbre de los nuevos prototipos que se crearan, pero sin lugar a dudas el comienzo de toda empresa puede generar debilidades y en momento de la Segunda Guerra Mundial, la empresa entra en crisis y se ve obligada a renunciar a su director quedando está en manos de otros que sin lugar a dudas deberán buscar la mejor manera de complementar aquellos vacios que deja dicha crisis en cuanto a la producción entre otras debilidades que se presentaron, ahora bien con un nuevo personaje al mando y con novedosas ideas se implementa un control en la producción basada en procesos, creando un valor agregado y así ayudando a la empresa a salir de sus inconvenientes y volviendo a ser la primera en el medio.

Es indispensable nombrar aquellas practicas que convirtieron a esta empresa en el mejor ejemplo y en el mejor esquema de ayuda para obtener un desarrollo sostenible a lo largo de los años, Toyota implementa después de varios estudios un sistema basado en principios de

aprendizaje centrado en las v4L, que significa variedad, velocidad, variabilidad y visibilidad, estas también llamadas buenas prácticas componen el equilibrio en los procesos de la cadena de suministro de la empresa, generando así la relación de los componentes logísticos que en la trayectoria del **éxito** de la empresa se ven reflejados. Es así como encontramos varios aportes importantes a lo que muchas empresas hoy en día están implementando gracias a Toyota, en primera medida se encuentra un modelo de producción basado en las siguientes características: la empresa está dada por y para el cliente, la mano de obra, es decir, los funcionarios son indispensables y fundamentales en la cadena, el TPS de Toyota implementando en los años 50, va más allá de una logística simple de fabricación, hace hincapié en la disciplina individual y lo más relevante dentro del proceso el fomentar el fortalecimiento de los lazos con la compañía, antes, durante y después del proceso. El TPS de Toyota además se centra en el sistema de valores de extremo a extremo, es decir, de la fábrica hasta el cliente final, además contempla la formación y construcción de la cultura para luego extenderla a través de la cadena. También compromete el conocimiento individual en primera instancia, transfiriéndolo a un espacio grupal que permita fortalecer y desarrollar el y manejo y buen funcionamiento de las buenas prácticas, características de la compañía (Ward's Auto World 1999).

Por otro lado es bastante interesante ver como Toyota brinda una opción de capacitación a sus proveedores, en los términos del Kaizen, entendiendo la filosofía de la reducción de residuos mientras se fortalecen los procesos de fabricación, ayudando así a consolidar las relaciones comerciales, adicionalmente cuenta con la política de pequeñas y frecuentes entregas reduciendo de esta manera la acumulación de inventarios, lo anteriormente nombrado se consolida a través de varios sistemas de gestión que se han convertido en los más aplicado en todo el mundo y en múltiples compañías, dichos sistemas se refieren al Kaizen mencionado anteriormente, eliminación del Muda, es decir, del despilfarro, siendo este clave dentro del sistema LEAN (buscando aquellas actividades que no generan valor y buscar eliminarla de cualquier forma posible, el Heijunka, el cual representa un sistema de la eficiencia de la producción que minimice los tiempos y las necesidades de muchos inventarios, relacionando adicionalmente con el concepto de flujo ideal y por último el Jidoka referenciado como la automatización con un toque humano, lo que significara en el proceso de Toyota como el método de control de calidad que exige autocontrol y la responsabilidad para metas de cero defectos de la producción. (Federal Computer 2007).

Como es conocido por todos Toyota contempla las mejores opciones de desarrollo de la calidad y esto ha hecho a la compañía famosa en el medio en el que se desenvuelve, es así como su excelencia operacional basada en herramientas y metodologías comprende algunas categorías o espacios que hacen parte del modelo Toyota. La filosofía focalizada en el largo y corto plazo, aumentando o adicionando valor a sus productos ofreciéndolo así al consumidor final o la sociedad, el proceso implementado de un forma correcta producirá resultados correctos, las personas que se vinculan a la compañía para agregar valor capacitando y desarrollando tanto empleados como proveedores y por último la resolución de problemas, tomándolo desde el origen y así impulsar el aprendizaje organizacional (Liker 2004), todo lo anterior comprende la pirámide del modelo Toyota (ehu.es cuadernos de gestión).

También se encuentran variables tales como la logística de entrada enfocada en dos partes, la primera concerniente al transporte de las partes que vienen de los proveedores y la segunda, dedicada a la operación del transporte de las partes desde Japón hasta las diferentes plantas ubicadas en el mundo. Toyota para el conocimiento de todos está centrada en una cadena de suministro *lean* que la distingue de la fabricación en serie, lo que quiere decir que existe una eficiencia con respecto y a través de la reducción de errores, conjuntamente se refiere a los costos de inventarios reducidos logrado mediante la fabricación de lotes pequeños (Gattorna 2009-2011), entonces es así como se responde a la puntualidad y la eficiencia de las actividades a realizar durante el proceso deben ser certificadas y controladas, adicionalmente la red logística debe estar contemplada para ejecutarla por todo el mundo, donde la interacción de los distintos agentes como proveedores plantas de ensamble y/o fabricación, muelles de cruce entre otros, es así, como se pueden generar planeaciones de ruta, pronósticos de entrega *just in time*, además de una producción completa y sin faltantes ni sobrantes que llegue a cada espacio y/o sucursal de la empresa para ofrecer el mejor producto a los clientes.

2.1. TOYOTA EN COLOMBIA

En el caso de Colombia, la marca se presenta hace aproximadamente unos 50 años, posicionándose en lugares específicos y estratégicos que permitirán llegar a todos los espacios del país. Se puede establecer que tanto en su lugar de origen como en Colombia, la marca es reconocida por la sociedad y en términos empresariales internos y de logística es importante mencionar que se manejan los mismos estándares de calidad, que los procesos contemplan el

mismo paso a paso y tiene una mejora continua visible que se representa resultados positivos con su presencia, lo anterior refiriéndose a las ensambladores permitidas y certificadas en Colombia, con un proyecto de nueva infraestructura y tecnología, donde el distribuidor se capacita y se alinea con la visión de la marca enfocada no sólo en construir vehículos sino en construir personas y brindar la mejor capacitación para su fuerza de ventas.

Pero ahora bien, Toyota con su presencia en Colombia quiere fomentar una particularidad que es la de volverse independiente sin perder el *know how* de la marca y con esto decide, cambiar el nombre de la compañía con ayuda de la sociedad y se conocerá como Distribuidora Toyota Ltda., esto con el fin de convertirse en importadores tanto de vehículos como de partes exclusivas con un valor agregado que es el de llevar la delantera en exclusividad de marca con relación a los tipos de montacargas que solo esta empresa puede comercializar, pero esto, teniendo en cuenta que las limitantes que se presentaran tendrán relación con el hecho de llamarse ante el mercado importadores de este tipo de producto. Descubriendo la factibilidad que tiene la empresa de llegar al mercado y de convertirse en el Top de su industria, se generan reuniones las cuales permiten concluir que Sofasa se convertirá en el mejor aliado de Toyota para implementar estudios de factibilidad de ensamble nacional y así, está última compra el 23% de las acciones de la primera (Toyota.com.co 2010)., después de permisos e implementaciones para el ensamble, los primeros vehículos ensamblados en el país salen a la venta, plantas como la de envigado empiezan a operar y adicionalmente Toyota firma escisión con Sofasa para convertirse en filiar directa de la casa matriz de Japón, es decir, 70% por capital de Toyota Motor Corporation y en 30% por Mitsui & CO. de Japón (Toyota.com.co 2010). Todo lo anterior se traduce a que Toyota avanza se fortalece y genera presencia en aquellos escenarios que le permiten fortalecerse y comprometerse con todo un territorio a entregarle el mejor proyecto y el más valioso catalogo de oportunidades en los distintos ámbitos tanto de la industria como del espacio logístico.

Es así como se presenta una experiencia, una actividad y un propósito de servir, permanecer y perdurar en un mercado complejo que mediante buenas y nuevas aplicaciones se comprometerá a ser un ejemplo de solución, entrega y soporte a lo que el valor logístico puede generar en el mundo. Toyota en Colombia representa hasta el 2011 en términos de ventas según el informe sectorial consultado en el BPR Benchmark en sus indicadores financieros un valor de

499.585 millones de pesos, con un decremento para el 2011 del -5%, de acuerdo a los incrementos en los precios de los automóviles, por lo anterior las utilidades que se presentan en el trayecto del 2011 se corresponden al valor de 22.318 millones de pesos, los cuales representan la utilidad neta sobre las ventas de un 4% y la utilidad operativa sobre las mismas del 4%. Lo anterior con relación a los años 2009 a 2011.

Si bien, lo anteriormente descrito compromete una empresa en un sector determinado, existen muchas otras que también pueden generar el mismo beneficio o quizás incentivar la búsqueda de nuevas opciones de progreso, es por esto, que se presenta otra empresa que vincula una historia y un ejemplo de perseverancia compromiso y eficiencia como es el caso de DHL.

3. DHL EN EL MUNDO

Empresa creada por tres personas que vinculan iniciales de sus nombre para generar el nombre de una compañía que en el futuro se convertiría en una de las empresas más importantes y preferida por los negociadores en el manejo de sus encomiendas (paquetes) y del como quiere cada entidad que su producto llegue a cualquier parte del mundo (DP- DHL.com). DHL es conocida en todo el mundo por su *know how* del manejo y desempeño en los sectores de la logística como son: DHL Express: Transporte exprés, paquetería y carga fraccionada nacional e internacional, DHL Freight: Transportes terrestres europeos, cargas parciales y completas, servicios especiales y Aduanas, DHL Global Forwarding: Servicios internacionales de flete aéreo y marítimo y gestión de proyectos industriales, DHL Supply Chain: Logística de contratación, gestión de almacenes y distribución, First Choice,(Automotive Industries-Anonymous) el último lanzamiento de DHL Express, es una filosofía de servicio y eficiencia que busca el éxito total de sus clientes, durante toda la cadena logística de sus envíos, haciendo de todo lo anterior la mejor y más importante historia de la logística internacional(historiasdegrandes exitos.com). Todo esto sería posible en el momento en que los trámites aduaneros para estos tres personajes eran dispendiosos y que llevan mucho tiempo Y deciden enviar un documento de embarque anticipadamente por avión, es decir, antes que el barco llegara con la mercancía a puerto, pero en un principio lo que para muchos era una acción arriesgada por ser anticipada, para muchos otros se traducía en la mejor manera de operar aquellos envíos urgentes internacionales (dhl.com.co).

Sin tener mucho conocimiento en los temas de lógicas se implementa el Fax para que sea la herramienta que permite relacionar información y así entregar paquetes y o envíos urgentes de los que tanto se hablaban, pero esto como era de esperarse genera una gran caída y sin lugar a dudas es momento de comprometerse con el fortalecimiento del manejo de datos y las comunicaciones para avanzar y ser los mejores. La empresa se emprende en el camino de llegar a mercados que ninguno otro operador había sido capaz de ingresar y de esta manera llega a continentes y espacios inimaginables, es así como se adhiere o busca la forma de ampliar su acción y en el año 1990 genera movimientos exitosos como fue el de darse la mano con Lufthansa y Japan Airline y es ente ese momento en el que por los cielos de todo el planeta se verán aviones con un logo reconocido como DHL la empresa que llega donde ningún otro a pudo llegar, es así como se llega a la conclusión que la mayoría de la flota de utiliza DHL es tercerizada, desde la parte vehicular hasta los aviones que se utilizan para el desarrollo de sus operaciones (dhl.com.co- Descripción Comercial- Principales Fechas), adicionalmente se obtienen ideas de la opción de manejar proyectos de transportadores que permitirían llegar donde otros puede llegar pero tangencialmente (dhl-brandworld.com).

Adicionalmente DHL opera en grandes mercados, tales como Europa, EEUU y China, y lógicamente hablando su negocio se encuentra repartido y desarrollado, en sectores o actividades como las que se nombraron anteriormente, su nodo de operaciones en la división express se encuentra en Alemania con más de 482 millones de envíos anuales, cubriendo 120.000 destinos en aproximadamente 220 países, operando en por lo menos 550 aeropuertos en el mundo y contemplando los centros de distribución globales como son Hong Kong, Leipzig, Bahrein, Lagos, Miami, Wilmington. Y las operaciones en la división logística se caracterizan por estar presentes en más de 170 países, con un más de 148.000 empleados y contando con instalaciones, es decir, almacenes lógicos en más de 640 plazas del mundo, con aproximadamente 700 centros de distribución y más de tres millones quinientos metros cuadrados de almacenaje. Lo anterior es lo que se puede llamar aporte de soluciones, comprometiéndose con la entrega de sus paquetes, sus productos o sus documentos en menor escala, esto con el lema de siempre por delante y quien no ha escuchado la historia del éxito que se basa en que Usted decide que entregamos, así los clientes se pueden sentir motivados al permitir que DHL maneje sus negocios a través del mundo.

3.1.DHL EN COLOMBIA

Alrededor de los años 80 llega a Latinoamérica y hace presencia directa también en Colombia en términos generales DHL una empresa que llega a transformar el manejo logístico de operaciones las cuales la empresa se ha hecho conocer en el resto del mundo, implementa las técnicas de entregas efectivas, envíos urgentes y todas las practicas referenciadas anteriormente, en una entrevista con el gerente operativo de DHL Colombia, manifiesta que ha significado un gran reto entrar de forma directa y estable a los espacios ya estipulados por otras compañías que se dedican básicamente a los mismo, pero nadie ha logrado compararse con este grande debido a su alcance internacional y su reconocimiento geográfico a los largo del planeta, pero adicionalmente a esto, en Colombia se empieza a mediados del 2003 a implementar la operación en términos de Courier, el cual representa en 47% del manejo local y es una fortaleza que se propone seguir desarrollando con la implementación de las nuevas tecnologías, las cuales pueden determinar el estado, ubicación y próximo arribo de los paquetes que están viajando por el mundo, es decir, se habla de la trazabilidad de las mercancías o paquetes que se encuentran en trayecto a su destino final, en DHL es llamado de dos formas y es una forma interesante de ver en qué estado se encuentra nuestros paquetes, cuentan con una herramienta de rastro llamada DHL eTrack, la cual puede rastrear un sin número de paquetes en tiempo real a través de un correo electrónico, dispositivo móvil o computador, por otro lado se encuentra el manejo de transporte con DHL t+, el cual brinda información en tiempo real de los embarques tanto aéreos como marítimos, de importaciones o exportaciones, mediante reportes electrónicos automatizados y notificaciones (dhl.com.co- herramientas de rastreo y aplicaciones para rastreo de envíos), esto en comparación con otras ciudades o países del mundo, el estado de los procesos en el mercado ampliado como son embarcaciones (escenario marítimo), carga aérea y soluciones logísticas ocupa un 4%.

Indiscutiblemente lo que la empresa quiere es generar el mismo beneficio y tener las mismas cualidades de calidad tanto en Mozambique como en la India y Colombia, esto catapultando las operaciones con la mayor agilidad y la mayor confidencialidad de los procesos tanto internos empresarialmente como externos a nivel cliente internacional o nacional (Revista Gerente 2004). La alianza también juega un papel fundamental, empresas nacionales como internacionales se unen a la flota corporativa y afianzan su estructura para llegar a muchos otros

escenarios y protege lo que es la marca y su fidelidad a su propia operación única en el mundo por su just in time.

4. PANAMÁ= PAIS= EMPRESA EXITOSA

¿País, empresa o simplemente un escenario positivo?, Panamá conglomerada todas las anteriores y muchos más factores de potencialidad y poderío tanto en el escenario logístico como en el económico y el social. El país está posicionado estratégicamente y comprende las mejores herramientas en términos de prestación de servicios, navegación de buques de gran envergadura, la segunda Zona libre más grande del mundo y la Primera en América, congregación y centralización de las empresas más robustas de gran reconocimiento en el mundo, personal calificado y especializado en tareas de carácter logístico y marítimo siendo este su fuerte natural, implementación y movilización de un ferrocarril interoceánico capaz de transportar tanto personas como contenedores, adicionalmente en el sector financiero comprende los mejores Bancos mundiales, como se nombro anteriormente el hecho de tener una ubicación tan positiva permite que el resto del mundo utilice y fortalezca las comunicaciones tanto así, que atravesando las esclusas de Miraflores, la señal es tan perfecta que es posible conectarse con cualquier persona en el mundo, es así la viabilidad de este factor que las empresas de telecomunicaciones deciden establecerse en el país ya que el mismo cuenta con cinco cables submarinos de fibra óptica. Maneja adicionalmente un sistema hotelero interesante de presencia internacional, espacios de estudios internacionales, parques logísticos, lugares de conocimiento continuo como la Ciudad del Saber, empresas de emprendimiento nacional como Panamá Pacifico entre otras muchas empresas que complementan el saber ser del país.

Es así como contemplando todo el sin fin de oportunidades de Panamá, en el contexto logístico se traduce a la mejor opción de inversión, al mejor escenario de implementaciones comunes entre países, donde se puede reconocer cultura, educación, economía, recurso humano; es por esta razón que Panamá llega al mundo como una empresa innovadora, prestadora de múltiples servicios, que no solo complementan un bienestar nacional sino uno internacional, que de acuerdo a sus plataformas logísticas mueve e involucra al mundo y se adhiere a los Top de mundo, a los exitosos a los que saben que su *know how* se encuentra desarrollado al máximo y lo siguen fortaleciendo. Panamá logra ser la empresa que brinda todos los servicios representados en un país, desde la educación hasta los tratados internacionales, desde un traslado nación al

hasta un trayecto multimodal a través del mundo. Recibe y despacha mercancías, personas y más a través de sus canales marítimos lo que lo hace un caso de éxito promulgado a seguir siéndolo. En términos de económica, Panamá se encuentra orientado hacia el desarrollo de sus herramientas internacionales lo que lo hacen competitivo frente a otros actores, hacia el 2009 y de un tiempo hasta hoy el PIB panameño se muestra en fuerte crecimiento con respecto a lo que todos en el país pensaban, para el año 2010 el PIB se encontraba en 7,6% (Panamá Economy Insight, 2011), ahora bien para el año 2011 y su tercer trimestre este alcanzo un crecimiento del 10.4% contemplando en este el valor agregado en distintos escenarios lo que implico mayor atención con respecto de aquellas actividades que hacen que se expanda de esa manera, tales actividades se basan en los valores agregados en la construcción, actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, valor agregado del comercio al por mayor y al por menor, las toneladas transportadas por el canal, además del valor agregado del transporte, almacenamiento y comunicaciones, el movimiento de contenedores, el desarrollo hotelero y de las actividades de intermediación aduanera. Lo anterior comprometió a una economía con el fortalecimiento y la clave de seguir desarrollando aquellas herramientas que se volvieron de vital importancia tanto nacional como mundial en Panamá.

CONCLUSIONES

En conclusión es significativo resaltar que las herramientas claves y/o los factores preponderantes para conocer y comprender el éxito de estas empresas Toyota y DHL, se centra indiscutiblemente en la capacidad de proyección a largo plazo que tienen estas compañías, manejo de la información soportado en las necesidades de sus clientes, en la dedicación y confiabilidad de los integrantes de cada una de estas empresas, un manejo como se nombro a lo largo de este trabajo del *Know How*, el saber hacer o saber ser de la empresa, su capacidad de responder con eficacia y eficiencia en las eventualidades y como ha sabido proyectar su éxito a lo largo de los años. También se puede hablar de supply chain management, un justo a tiempo en términos de entregas, despachos y envíos, lo cual significa que tiene un plan de respuesta en el momento de siniestros si se llegasen a presentar. Las empresas anteriormente nombradas se valen por sí mismas en el mundo y la sociedad les da ese punto de confianza que les permite tener ese reconocimiento a lo largo del tiempo y claves como, el factor humano, el ímpetu por lo nuevo y la implementación de las nuevas tecnologías permiten que avancen y sigan estando a la vanguardia.

En el caso de Panamá como empresa, lo que se quiere dar a entender es que la magnitud de un solo país, con una participación en términos del índice de competitividad global (2011-2012) a nivel América Latina, el país se ubica en el puesto 49, definiendo los factores que hacen que Panamá suba cuatro puestos con respecto a otros años, dentro de esos factores se pueden encontrar, la preparación tecnológica, eficiencia del mercado de bienes, infraestructura y un factor que se convierte preponderante para el desarrollo es la educación superior y la capacitación a nivel laboral en espacios nacionales e internacionales (goethalsconsulting.com, Análisis de la Evaluación de Panamá en el Índice de Competitividad Global 2011-2012), adicionalmente compone el estándar que una empresa puede tener internamente, el manejo de sus procesos a lo largo de los años ha permitido que Panamá se encuentre entre los países con la economía más fructífera, como se menciona a los largo del presente trabajo, tomándolo desde y hacia el hemisferio de desarrollo económico y adicionalmente ofreciendo al mundo mayor factibilidad de ingreso y de inversión. Por esto es la comparación y/o relación que se hace con respecto a las dos empresas, trabajando por un mismo fin, innovando cada vez más para ser atractivos en el mercado mundial y vinculando mano de obra capacitada que se comprometa con

el nuevo valor agregado que se quiere ver en los nuevos procesos y procedimiento, adicionalmente de acuerdo a esta gestión está recibiendo un reconocimiento significativo traducido en experiencia, completitud, llevado de la mano con el conocimiento de las economías a donde existe la posibilidad de acceder.

Con la necesidad de argumentar exactamente lo que se observa al concluir este proyecto, existen indiscutibles fortalezas tanto de un país como de una empresa, en este caso, dos compañías y un país que fomentando un modelo de negocio propio y de óptima aplicación proponen ampliar sus campos de acción, capacitando y llevando su conocimiento a través del mundo generando un incentivo económico global que es el de la optimización de los recursos y la complicitad de interactuar entre sí generando las claves de éxito y desarrollo tanto económico como empresarial.

REFERENCIAS

- García del Junco Julio y Casanueva Rocha Cristóbal (2000) Prácticas de la gestión empresarial, España, McGraw-Hill.
- Franklin B. Enrique (2004) Organización de Empresas, Segunda Edición, de, McGraw-Hill.
- Marcus Alfred A. (2006) Empresas Ganadoras y Empresas Perdedoras, Latinoamérica, Norma.
- Porter E. Michael (2009) Ser Competitivo, Barcelona, Deusto.
- Porter E. Michael y Bueno Eduardo (2010) Ventaja Competitiva: Creación y Sostenibilidad de un Rendimiento Superior, Ediciones Pirámide (Grupo Anaya).
- Iyer Ananth V., Seshadri Sridhar, Vasher Roy (2010) Administración de la cadena de suministro Toyota, España, McGraw-Hill.
- Revista Gerente Julio-Agosto (2004).
- Zoia, Dave (Sep 1999) Toyota's production system comes to logistics. Ward's Auto World. Pág. 77.
- Rogin, Josh (Jan 22, 2007) DOD learns transport logistics the Toyota way. Federal Computer Week. Pág. 46.
- Liker Jeffrey k. (2004) The Toyota Way (El Modelo Toyota), Estado Unidos, McGraw-Hill.
- Gattorna John, Traducido por Efrón Alejandra (2009-2011) Cadenas de abastecimiento dinámicas, Bogotá-Colombia, Eco Ediciones.
- Prieto Herrera Jorge Eliecer (2008) Gestión estratégica organizacional, Bogotá D.C., Eco Ediciones.
- Anonymous (2006) Integrating logistics the DHL, way. Automotive Industries. Pág. 70.
- Portafolio.com (02 de Abril de 2011). Mercados emergentes son la clave de la economía mundial. Extraído el 12 de junio de 2012 desde <http://www.portafolio.co/negocios/mercados-emergentes-son-la-clave-la-economia-mundial>
- Es.classora.com- Ivy, Grupo de Generación de Rankings de Classora (23 de octubre de 2009). Ranking de las mayores empresas de automovilismo en el mundo (2009). Extraído

- el 25 de abril de 2012) desde <http://es.classora.com/reports/u80601/ranking-de-las-mayores-empresas-de-automovilismo-del-mundo>
- Conexión Central (10 de mayo de 2009). Ranking de las mejores empresas a nivel mundial. Extraído el 26 de abril de 2012) desde <http://www.conexioncentral.com/blog/2009/05/10/ranking-de-las-mejores-empresas-a-nivel-mundial/>
 - Ultimahora.com (17 de diciembre de 2010). DHL es electa como mejor empresa para trabajar. Extraído el 26 de abril de 2012 desde <http://www.ultimahora.com/notas/387252-DHL-es-electa-como-mejor-empresa-para-trabajar>
 - Ehu.es (aceptado el 10 de noviembre de 2009). Las claves del éxito Toyota Lean, más que un conjunto de herramientas y técnicas. Extraído el 13 de junio de 2012 desde <http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/926.pdf>
 - Toyota.com.co (2010). Toyota de Colombia S.A. en el tiempo. Extraído el 27 de abril de 2012 desde <http://toyota.com.co/historia-toyota-col.html>
 - DP- DHL.com (2012 Deutsche Post AG). The World's leading mail and logistics group. Consultado el 27 de abril de 2012 desde <http://www.dp-dhl.com/en.html>
 - dhl-brandworld.com (2012 Deutsche Post AG- El grupo de correo y logística. Consultado el 27 de abril de 2012 desde <http://www.dhl-brandworld.com/>
 - Historias de Grandes Éxitos (09 de enero de 2010). Historia de DHL. Extraído el 27 de abril de 2012 desde <http://www.historiasdegrandes exitos.com/2010/01/historia-de-dhl.html>
 - Dhl.com.co, (2012 DHL International GmbH. Todos los derechos reservados). Descripción comercial, entre otros. Extraído el 29 de abril de 2012 desde http://www.dhl.com.co/es/informacion_sobre_dhl/explore_dhl.html
 - Rp-f.com (20 de julio de 2004). La logística y el futuro económico de Panamá de Roberto Pérez- Franco. Consultado el día 29 de abril de 2012 desde <http://www.rp-f.com/espanol.php?leer=log53206a>
 - Logisticapanama.com (13 de febrero de 2012). La logística y el producto interno bruto de Panamá. Roger Kinkead. Consultado el día 13 de junio de 2012 a través de <http://www.logisticapanama.com/la-logistica-y-el-producto-interno-bruto-de-panama/>

- Bluepanama.net (2012). Blue Panamá Investments. Derechos Reservados. Consultado el día 29 de abril de 2012 a través de <http://www.bluepanama.net/es/panama6.html?phpMyAdmin=CDyl0sivKSUWalhBf28lGFiacce>
- Panamá Economy Insight (16 de diciembre de 2011). La economía de Panamá creció 10.4% en los tres primeros trimestres del 2011. Ricardo González. Consultado el día 13 de junio de 2012. Extraído de <http://panamaeconomyinsight.com.pa/0216121101.html>
- Goethals Consulting Corp (Septiembre de 2011). Análisis de la Evaluación de Panamá en el Índice de Competitividad Global 2011-2012. Consultado el día 29 de julio de 2012. Extraído <http://www.goethalsconsulting.com/system/files/img/An%C3%A1lisis%20de%20Panam%C3%A1%20en%20el%20GCR%202011.pdf>