

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**UNITEC**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL**

**OPERADORA PORTUARIA CENTROAMERICANA S.A. de C.V.**

**SUSTENTADO POR:**

**DANIELA ALEXANDRA CHINCHILLA OSORIO**

**21821058**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE**

**LICENCIADO EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**SAN PEDRO SULA, CORTÉS**

**HONDURAS, C. A.**

**FECHA: FEBRERO, 2022**

## Índice de Contenido

<i>Índice de Ilustraciones</i> .....	<i>I</i>
<i>Índice de Tablas</i> .....	<i>II</i>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>III</b>
<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	<b>IV</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>V</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>VII</b>
<b>1. CAPÍTULO I</b> .....	<b>1</b>
1.1.1. Objetivo general. ....	1
1.1.2. Objetivos específicos.....	1
<b>1.2. Datos generales de la empresa</b> .....	<b>2</b>
1.2.1. Reseña histórica.....	2
1.2.2. Misión.....	3
1.2.3. Visión. ....	3
1.2.4. Valores.....	4
1.2.5. Organigrama. ....	4
<b>2. CAPÍTULO II</b> .....	<b>5</b>
<b>2.1. Actividades realizadas en la empresa</b> .....	<b>5</b>
2.1.1 Actividad 1 Diagnóstico actual de la empresa. ....	5
2.1.2 Actividad 2 Reportes de la fluctuación de las exportaciones e importaciones y diagrama de flujo del proceso de elaboración. ....	9
2.1.3 Actividad 3 Reportes de <i>Commodities</i> . ....	10
2.1.4 Actividad 4 Preparación de reporte y presentación de la exportación del Café y Banano. ....	10
2.1.5 Actividad 5 Cotizaciones de despacho del patio de vehículo y carga general. ....	11
2.1.6 Actividad 6 Diagrama de Flujo de Procesos del Departamento Comercial y de Servicio al Cliente. ....	12
2.1.7 Actividad 7 Apoyo en la Inauguración de “Aduanas Sin Papeles”. ....	12
2.1.8 Actividad 8 Control de clientes con contenedores en yarda de 1 -100 días. ....	13
2.1.9 Actividad 9 Folleto Informativo. ....	13
2.1.10 Actividad 10 Clasificación y archivo de facturas. ....	14
2.1.11 Actividad 11 Presentación Comercial .....	14
<b>3. CAPÍTULO III</b> .....	<b>15</b>
<b>3.1. PROPUESTAS DE MEJORA IMPLEMENTADAS</b> .....	<b>15</b>
3.1.1. Propuesta 1 Encuesta de satisfacción del cliente.....	15
3.1.1.1. Antecedentes.....	15

3.1.1.2.	Descripción de la propuesta.....	15
3.1.1.3.	Impacto de la propuesta.....	16
3.1.2.	Propuesta 2 Implementación de Nuevos KPIs .....	17
3.1.2.1.	Antecedentes.....	17
3.1.2.2.	Descripción de la propuesta.....	18
3.1.2.3.	Impacto de la propuesta.....	21
3.1.3.	Propuesta 3 Programa +Puntos, -Tiempo .....	22
3.1.3.1.	Antecedentes.....	22
3.1.3.2.	Descripción de la propuesta.....	23
3.1.3.3.	Impacto de la propuesta.....	27
<b>3.2.</b>	<b>PROPUESTAS DE MEJORA GLOBALES.....</b>	<b>28</b>
3.2.1.	Propuesta 1 Renovación de Página Web .....	28
3.2.1.1.	Antecedentes.....	28
3.2.1.2.	Descripción de la propuesta.....	29
3.2.1.3.	Impacto de la propuesta.....	30
3.2.2.	Propuesta 2 Implementación programa especializado para tabulación de encuestas	31
3.2.2.1.	Antecedentes.....	31
3.2.2.2.	Descripción de la propuesta.....	31
3.2.2.3.	Impacto de la propuesta.....	33
3.2.3.	Propuesta 3 Jornada de capacitaciones: “Técnicas de servicio al cliente” y Navis N4	34
3.2.3.1.	Antecedentes.....	34
3.2.3.2.	Descripción de la propuesta.....	35
3.2.3.3.	Impacto de la propuesta.....	36
<b>4.</b>	<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>37</b>
<b>4.1.</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>37</b>
<b>4.2.</b>	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>38</b>
<b>4.3.</b>	<b>Recomendaciones para la empresa.....</b>	<b>38</b>
<b>4.4.</b>	<b>Recomendaciones para la institución.....</b>	<b>38</b>
<b>4.5.</b>	<b>Recomendaciones para los estudiantes.....</b>	<b>38</b>
	<i>Bibliografía.....</i>	<i>40</i>
	<i>Glosario de Términos.....</i>	<i>42</i>
	<i>Anexos.....</i>	<i>45</i>

## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Organigrama Departamento Comercial y Servicio al Cliente.....	4
Ilustración 2 Precios de Importación de China.....	7
Ilustración 17 Recurrencia de error en documentación (Naviera).....	24
Ilustración 18 Recurrencia de error en documentación (Agencia Aduanera) .....	24
Ilustración 19 Medio de solicitud .....	25
Ilustración 3 Exportación commodities 2021 .....	45
Ilustración 4 Diagrama de flujo del proceso de reporte de commodities .....	46
Ilustración 5 Cuadro Resumen Importaciones de Commodities .....	47
Ilustración 6 Cuadro Resumen Exportaciones de Commodities .....	48
Ilustración 7 Exportación de Café .....	49
Ilustración 8 Destino de la Exportación de Café .....	49
Ilustración 9 Tarifario para Cotizaciones .....	50
Ilustración 10 Diagrama de flujo del departamento comercial y de servicio al cliente.....	53
Ilustración 11 Aduanas Sin Papeles .....	54
Ilustración 12 Folleto Carga OOG .....	55
Ilustración 13 Folleto Carga OOG .....	56
Ilustración 14 Team Comercial y Servicio al Cliente .....	57
Ilustración 15 Encuesta actual .....	58
Ilustración 16 Encuesta mejorada.....	59
Ilustración 20 Diseño de tarjeta de puntos .....	60
Ilustración 21 Observaciones página web .....	61
Ilustración 22 Cotización página web .....	62
Ilustración 23 Planes de Udemty Business.....	63
Ilustración 24 Cursos de servicio al cliente .....	63



## Índice de Tablas

Tabla 1 FODA .....	8
Tabla 2 KPI's Actuales .....	17
Tabla 3 Nuevos KPI's de propuesta .....	18
Tabla 4 Presupuesto para Tarjeta de Puntos .....	26
Tabla 5 Presupuesto para Propuesta de Incentivos .....	26
Tabla 6 Presupuesto Carteles para la sala de servicio al cliente .....	27

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a Dios, por derramar fortaleza, sabiduría e infinitas bendiciones que me han permitido alcanzar esta meta.

A mis modelos a seguir, mi padre Dennis Chinchilla y mi madre Erika Osorio quienes son mi mayor inspiración y motivación, por su apoyo, consejos y amor incondicional.

A mis hermanos, Dennis Chinchilla Jr. y Alejandro Chinchilla, quienes han estado a mi lado brindándome su apoyo a lo largo del camino.

## **Agradecimientos**

Infinitas gracias a la Universidad Tecnológica Centroamericana, por haber sido mi segundo hogar los últimos 4 años, dónde logré desarrollarme profesional y personalmente, por brindarme la oportunidad de explotar mi potencial.

Un agradecimiento especial a mi asesora y coordinadora de la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales, la licenciada Gina Calix, quien me brindó su apoyo desde el inicio hasta el final de esta etapa.

Un profundo agradecimiento a cada uno de los docentes que además de impartir el material determinado por la universidad, siempre dieron la milla extra por nosotros y sembraron en nuestras mentes el conocimiento y palabras de sabiduría.

Agradezco especialmente a las licenciadas Alejandra Danilov, Rosinda Figueroa y Mirna García siempre las recordaré como mujeres brillantes, creativas y apasionadas por la mercadotecnia.

Agradezco a la empresa Operadora Portuaria Centroamericana por abrirme las puertas y brindarme la oportunidad de poner en práctica mis habilidades en Mercadotecnia y Negocios Internacionales, por ampliar mis conocimientos en un rubro tan interesante como lo es el marítimo-portuario.

## Resumen Ejecutivo

La práctica profesional es el conjunto de actividades y trabajos realizados para una empresa por parte de un estudiante en un periodo de tiempo determinado, con el principal objetivo de aprender y entrenar en el mundo laboral. La práctica profesional es de suma importancia en el pensum académico ya que de esta forma los estudiantes logran tener una experiencia enriquecedora en el campo de su preferencia en la que le permite al estudiante desarrollar habilidades nuevas, competencias profesionales y conocer como funcionan las empresas.

El practicante tuvo la oportunidad de realizar la práctica profesional en una multinacional, Operadora Portuaria Centroamericana, en la cual logró aplicar los conocimientos en mercadotecnia y negocios internacionales debido al giro de la empresa, en un rubro tan interesante e importante para la economía de una nación como ser el marítimo-portuario.

Dicha multinacional pertenece a Grupo ICTSI (International Container Terminal Services, Inc.) empresa filipina que tiene como objetivo la mejora en el desarrollo, administración y operación del puerto de Puerto Cortés en Honduras. Inició operaciones en el 2013 y desde ese entonces los frutos que han cosechado de esta concesión han sido significativos de manera positiva en la economía hondureña.

El practicante realizó la práctica profesional en el departamento comercial y de servicio al cliente, dónde trabajó de la mano con el analista comercial y los auxiliares de servicio al cliente. En primera instancia el practicante se encargó de realizar reportes conteniendo análisis comerciales y estadísticas de las fluctuaciones en el volumen de las exportaciones e importaciones que se llevaban a cabo por medio de la terminal, así como informes de *commodities* para conocer las importantes cifras de los productos con mayores volúmenes de exportación e importación, de esta forma se realizan análisis económicos sobre la actividad económica hondureña por sectores. El practicante tuvo la responsabilidad de dirigirse a una variedad de clientes por medio de llamadas y correos por parte de la empresa para agilizar algunas gestiones y también para llevar un control y seguimiento de ellos. El practicante aprendió a realizar cotizaciones para clientes internacionales que estaban interesados en la adquisición de servicios de OPC para manejo de carga y demás servicios. Se apoyó al departamento con diferentes tareas importantes como elaboración de presentaciones comerciales para captación de nuevos clientes, eventos como “Aduanas Sin

Papeles”, elaboración de folletos y posters conteniendo información de relevancia para el departamento.

Posteriormente, al tener una idea más completa de los objetivos que la empresa quiere lograr y de los diferentes procesos implementados por la búsqueda de esos objetivos, se realizó un análisis situacional de la empresa con el fin de identificar de que forma dichos objetivos podrían ser alcanzados, así como identificar cuales factores podrían estar obstaculizando el camino hacia la meta. El practicante se tomó la tarea de proporcionar propuestas de mejora en los puntos rojos del departamento, como primera propuesta se realizó una mejora en la encuesta de satisfacción del cliente ya que dicha encuesta estaba mal diseñada y no se estaban recabando los resultados de manera correcta. Con la mejora de la encuesta se logró implementar nuevos KPIs (Indicadores de desempeño) con el objetivo de medir la eficiencia de los auxiliares de servicio al cliente y la lealtad de los clientes hacia la empresa.

Por otro lado, se propuso la campaña “+Puntos -Tiempo” con el objetivo de optimizar el tiempo en ventanilla, ya que este es uno de los indicadores más importantes en atención al cliente y en la empresa en general. Se propusieron propuestas para la mejora de uno de los elementos de imagen corporativa más esenciales, la página web, la cual se encuentra con muchos puntos débiles desde problemas técnicos hasta problemas en diseño. De igual forma se hizo la propuesta de hacer uso del software SPSS con el objetivo de realizar una tabulación más rápida y tener la oportunidad de utilizar opciones más avanzadas para el análisis de datos. También por medio de entrevistas a los colaboradores se concluyó que carecen de experiencia en servicio al cliente y deben implementar capacitaciones para técnicas de servicio al cliente y de los sistemas o softwares utilizados en la terminal para ofrecer un mejor servicio, eficiente y de calidad.

Para concluir con el informe, el practicante enumeró las conclusiones y recomendaciones basadas en la experiencia enriquecedora obtenida y vivida a lo largo de la práctica profesional.

## **Introducción**

En el presente informe se detallan todas las actividades y procesos llevados a cabo para el desarrollo de la Práctica Profesional que tomo inicio el día 11 de octubre del 2021 y con fecha de finalización el 20 de diciembre del 2021 en la empresa Operadora Portuaria Centroamericana (OPC). OPC inició operaciones en Honduras en el año 2013, cambiando el rumbo del rubro marítimo-portuario en Puerto Cortés con la implementación de nueva tecnología, equipo, entrenamiento e inversión; se ha logrado agilizar el comercio en el país y ha conseguido abrir las puertas de Honduras a la comunidad internacional. El practicante se desarrolló en el Área Comercial y Servicio al Cliente, por lo cual se aplicaron conocimientos de ambas ramas de la carrera: Mercadotecnia y Negocios Internacionales. Este departamento tiene como función atender a todos los clientes y partes involucradas en la adquisición de servicios de OPC, desde los agentes aduaneros, navieras, exportadores/importadores, clientes finales, autoridades estatales, entre otros.

Actualmente, el departamento es conformado por un equipo de 5 personas, quienes realizan actividades como: cotizaciones, canalizan las quejas, reclamos y sugerencias, velan por la imagen de la empresa, coordinan los servicios especiales, emiten reportes de las fluctuaciones de las importaciones y exportaciones, entre otras actividades. La práctica profesional se desarrolla con el fin de aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera en una empresa real al sostener un cargo y una variedad de responsabilidades en la misma. De esta forma, los universitarios pueden generar una idea más completa de lo que es el mundo laboral y tienen la oportunidad de trabajar junto a personal con mucha experiencia y seguir adquiriendo conocimientos. Dicho informe se divide en capítulos; el primer capítulo contiene información general acerca de la empresa, el segundo capítulo las actividades que desempeñó el practicante en su practica profesional y finalmente después de una serie de análisis y estudios realizados el tercer capitulo contiene las propuestas dirigidas a la mejora global de la empresa, entre otra información de relevancia. Por último, en el cuarto capítulo se encuentran las conclusiones y recomendaciones del informe de la práctica profesional.

## **1. Capítulo I**

El primer capítulo consta de los objetivos que se pretenden conseguir con el desarrollo de la práctica profesional como de información relevante acerca de la empresa donde se realizó la práctica profesional, en este caso, Operadora Portuaria Centroamericana; se detalla la cultura organizacional, una pequeña reseña histórica y un organigrama del Departamento Comercial y Servicio al Cliente.

### **1.1. Objetivos de la práctica profesional**

#### **1.1.1. Objetivo general.**

Identificar las áreas de oportunidad y generar estrategias que contribuyan con la mejora de los procesos y desempeño en general del departamento Comercial y de Servicio al Cliente en la empresa Operadora Portuaria Centroamericana mediante el uso de los conocimientos adquiridos en la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales.

#### **1.1.2. Objetivos específicos.**

- Analizar las diferentes actividades y procesos actuales que se llevan a cabo en el departamento Comercial y de Servicio al Cliente.
- Proponer estrategias y puntos de mejora para las actividades y procesos actuales en el departamento Comercial y de Servicio al Cliente.
- Adquirir experiencia y conocimiento de los demás colaboradores y equipo de trabajo durante el periodo académico de octubre a diciembre 2021 en OPC.

## **1.2. Datos generales de la empresa**

### **1.2.1. Reseña histórica.**

International Container Terminal Services, Inc. (“ICTSI”) es una empresa de nacionalidad filipina fundada en 1987, dedicada al desarrollo, administración y operación de puertos y terminales de contenedores y carga general alrededor del mundo. ICTSI cotiza en la Bolsa de Valores de Filipinas (Ticker: ICT). En enero del 2013, la revista Euromoney nombró a ICTSI como “The Best Managed Company in Asia (Transportation / Shipping sector)”. En sus 25 años de existencia, ICTSI ha logrado un liderazgo indiscutible en su industria, siendo hoy en día una empresa con presencia y prestigio global. ICTSI ha estado involucrada en diversos procesos de Concesiones Portuarias y Asociaciones Público - Privadas, siendo pionero en países como Brasil, Ecuador y México. El movimiento anual en las terminales de ICTSI durante 2012 fue de 5.6 millones de TEUs<sup>1</sup>, 8% más que en el 2010.

ICTSI cuenta con 6,000 empleados distribuidos en 26 terminales en 19 países.

- Asia: Filipinas, China, Japón, India, Pakistán, Brunei, Indonesia.
- Europa: Polonia, Croacia, Georgia.
- Africa: Nigeria, Madagascar.
- América: Estados Unidos, México, Honduras, Colombia, Brasil, Argentina.

El 11 de septiembre del 2012, la Comisión para la Promoción de la Alianza Público - Privada (COALIANZA), convoca a un Concurso Público Internacional para seleccionar un inversionista - operador encargado de diseñar, financiar, construir, conservar y operar la terminal especializada de contenedores y carga general ubicada en Puerto Cortés.

La convocatoria de Coalianza alcanzó un total de 19 participantes en el concurso. El 1 de febrero del 2013, en acto público, ICTSI resulta ser el concesionario ganador del concurso, al cumplir todos los requisitos y presentar la mejor propuesta técnica y económica.

---

<sup>1</sup> Ver en glosario: “TEU”



El 13 de marzo del 2013 ICTSI en cumplimiento con las condiciones del Estado de Honduras, constituye la sociedad “Operadora de Puerto Cortés, S.A. de C.V.” (OPC), la cual será la depositaria de los derechos y obligaciones derivadas del Concurso.

El 21 de marzo de 2013 se firma el Contrato de Concesión entre Coalianza (en representación del Estado) – Ficohsa (en calidad de fiduciario del proyecto) y OPC (en calidad de Inversionista Operador Concesionario), el cual formaliza la Asociación Público Privada para este importante proyecto país.

A partir de la fecha de firma del Contrato, empieza a correr el plazo máximo de 180 días calendario para que OPC tome la operación en la terminal de Puerto Cortés. (Operadora Portuaria Centroamericana, 2020)

### **1.2.2. Misión.**

Brindar servicios portuarios y logísticos que alcancen estándares internacionales, basados en el desarrollo de capital humano altamente calificado, mejora continua e innovación permanente, a fin de exceder las expectativas tanto de nuestros clientes como de la sociedad, siempre protegiendo el medio ambiente y así participar desde Honduras en el crecimiento regional. (Operadora Portuaria Centroamericana, 2020)

### **1.2.3. Visión.**

Ser reconocidos durante la extensión de nuestras actividades como la principal terminal portuaria en el CA4, garantizando a sus clientes internos y externos un servicio de calidad con estándares internacionales, basados en tecnología, infraestructura de vanguardia y capital humano altamente competente. (Operadora Portuaria Centroamericana, 2020)

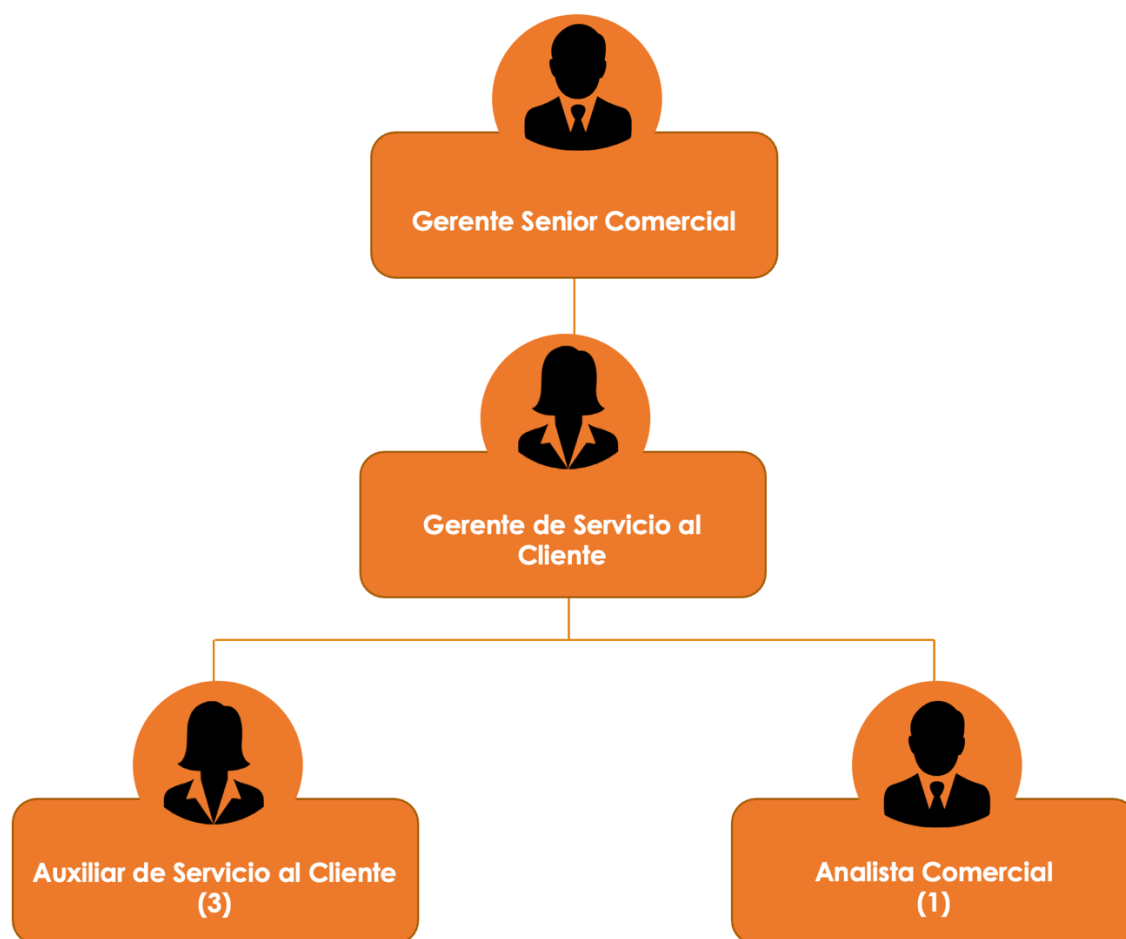
### 1.2.4. Valores.

- Integridad
- Respeto
- Responsabilidad
- Sostenibilidad
- Compromiso

(Operadora Portuaria Centroamericana, 2020)

### 1.2.5. Organigrama.

*Ilustración 1 Organigrama Departamento Comercial y Servicio al Cliente*



(Operadora Portuaria Centroamericana, 2020)

## 2. Capítulo II

Operadora Portuaria Centroamericana es una multinacional en la cual todas las áreas de trabajo se rigen por normas de calidad internacionales. El departamento comercial y de servicio al cliente se divide en dos áreas, el área comercial se encarga de las cotizaciones, manejo de reportes de las fluctuaciones de importaciones y exportaciones, reportes de *commodities*<sup>2</sup>, reportes estadísticos de los clientes, entre otra información de relevancia. Por otro lado, el área de servicio al cliente se encarga de atender a los clientes que deseen adquirir los servicios brindados por OPC, coordinar los servicios especiales como la inspección de carga por parte de las autoridades, canalizar los reclamos y sugerencias, llevar a cabo encuestas de satisfacción a todas las partes involucradas en el proceso de adquisición de servicios (agentes aduaneros, navieras, exportadores/importadores, agentes de consolidación<sup>3</sup> y des-consolidación<sup>4</sup> de carga, clientes finales). Es por ello que el departamento tiene fuertes relaciones con el departamento de Operaciones y *Billing* (Facturación), todo el proceso inicia en este departamento y la información viaja por sistemas de comunicación e información hacia los demás departamentos. El departamento comercial y de servicio al cliente es de suma importancia ya que son quienes tienen una relación directa con los clientes, son la cara de OPC dentro y fuera de la empresa cuando asiste a eventos del rubro.

### 2.1. Actividades realizadas en la empresa

#### 2.1.1 Actividad 1 Diagnóstico actual de la empresa.

Se realizó un análisis interno y externo de la situación actual de la empresa Operadora Portuaria Centroamericana para lograr identificar sus fortalezas y oportunidades, de esta forma idear un plan estratégico para hacer frente a las debilidades y amenazas mediante el uso de la herramienta matriz PEST<sup>5</sup> y FODA<sup>6</sup>. Para dicho análisis se tomó en consideración todos los eventos que se han llevado a cabo en el rubro logístico y marítimo-portuario en específico recientemente.

En el ámbito político, actualmente la empresa puede verse afectada por las repercusiones de las próximas elecciones en nuestro país debido a que es año político y temporada de elecciones.

---

<sup>2</sup> Ver en glosario: “Commodities”

<sup>3</sup> Ver en glosario: “Consolidador de carga”

<sup>4</sup> Ver en glosario: “Desconsolidador de carga”

<sup>5</sup> Ver en glosario: “PEST”

<sup>6</sup> Ver en glosario: “FODA”

Parte de la población que se siente inconforme con los resultados electos tienen antecedentes de iniciar huelgas violentas en las carreteras, saqueos, vandalismo de diferentes formas, etc.

Estas situaciones pueden tener un impacto negativo en la empresa debido a que muchos de sus colaboradores viajan diariamente desde San Pedro Sula hasta Puerto Cortes, carretera donde se concentran muchas de estos grupos de personas que causan disturbios. Así como también generar congestión vehicular para los camiones que transportan contenedores hacia o desde la terminal portuaria. (Guevara, 2021)

En el ámbito económico, los hondureños siguen recuperándose de los estragos ocasionados por la pandemia y desastres naturales ocasionados por los huracanes ETA e IOTA. Sin embargo, ha habido un aumento en la economía del país debido a la reactivación de la economía del año en curso, muchos negocios y personas han retornado a sus labores y esto ha permitido un alza en el bienestar económico. (Banco Mundial, 2021) El presidente del Colegio Hondureño de Economistas (CHE), Elmis Cárdenas, resaltó que las proyecciones del Banco Central de Honduras (BCH) están en línea con las que tiene el Fondo Monetario Internacional (FMI), que es entre el 3 y 5.2 por ciento de crecimiento. Citó que esto se atribuye a la confianza por la recuperación de la economía de Estados Unidos, que influye en Honduras. Honduras es el país cuya economía creció más en Centroamérica en el primer trimestre de 2021, un 6,2 %, según el Boletín Competitivo Regional divulgado el pasado martes por el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP). (Ordóñez, 2021)

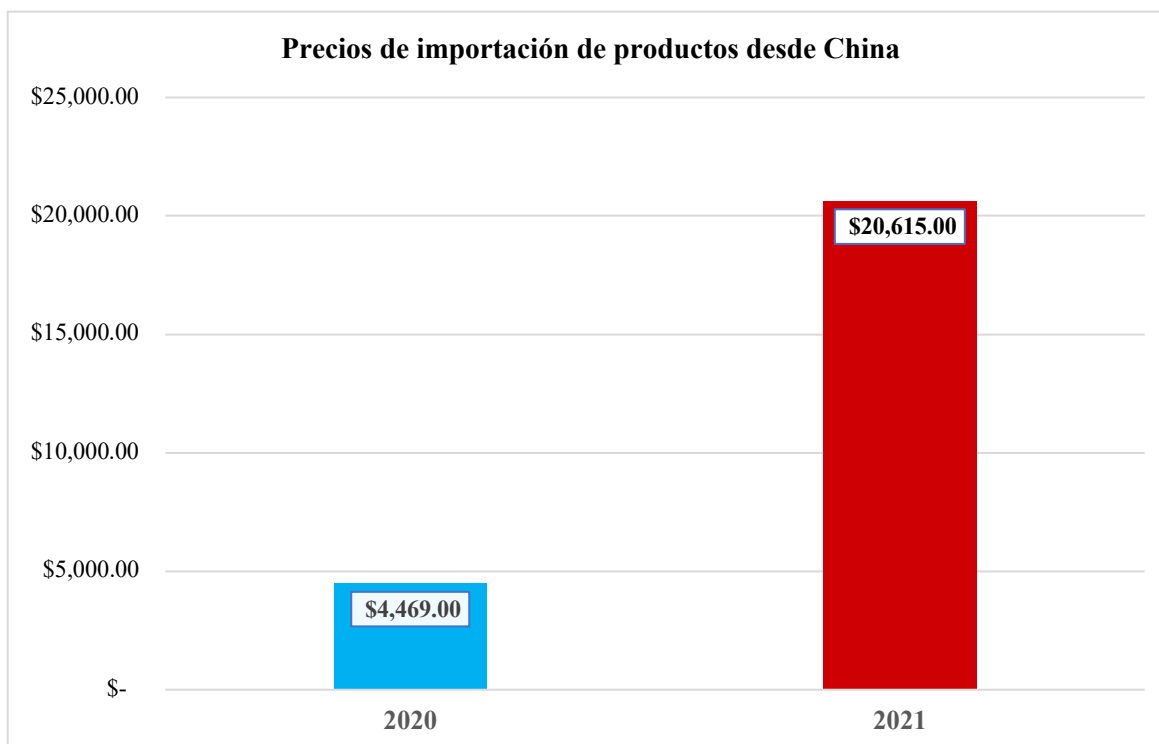
En cuanto al panorama social la población sigue normalizando sus patrones de consumo y gracias a las jornadas de vacunación existe menos temor por parte de la población para realizar sus actividades diarias, como ser diligencias y tramites en el caso de OPC. Existe un alto flujo de clientes que son atendidos día a día en la terminal portuaria<sup>7</sup>. (Organización Panamericana de la Salud, 2021) Sin embargo, a pesar de que la población está logrando adaptarse a la “nueva normalidad”, debido a la crisis de contenedores, el presidente de la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés (CCIC), Eduardo Facussé, manifestó que hay un mayor consumo con menor disponibilidad de servicio logísticos, entonces ha provocado un incremento desmedido en las tarifas de logística internacional que viene a repercutir en los precios de los productos importados. El incremento vertiginoso del precio de los fletes se debe a una multiplicidad de factores, la gran mayoría de ellos asociados con la pandemia, y aún no está claro hasta cuándo pueda extenderse

---

<sup>7</sup> Ver en glosario: “Terminal portuaria”

esta crisis. Al respecto, la Secretaría de Desarrollo Económico (SDE) anunció que analizarán posibles acciones a tomar para disminuir el impacto al bolsillo de los consumidores y también de los negocios. (Hondudiario, 2021)

*Ilustración 2 Precios de Importación de China*



*(Fuente: Elaboración Propia)*

En el ámbito tecnológico, debido a que OPC es una multinacional, existe transferencia de tecnología de los diferentes países donde operan hacia nuestro país. Toda la terminal cuenta con sistemas tecnológicos desde el área seguridad hasta el área financiero y operativo. El desarrollo y desempeño del sector de transporte y logística de cargas es crucial para la competitividad de Honduras por su interrelación con la agricultura y la industria manufacturera”, dijo Manuel Rodríguez Porcel, jefe de equipo del proyecto del BID. “En particular, es vital para las industrias de maquila ubicadas en San Pedro Sula, que representan el 31 por ciento del valor agregado de la industria manufacturera y el 5,2 por ciento del producto interno bruto del país”, agregó. (Banco Interamericano de Desarrollo , 2020)

Honduras sigue desarrollándose en este rubro haciendo mayor uso de Inteligencia BI<sup>8</sup> y otros sistemas tecnológicos emergentes, el software *Business Intelligence* para transporte y logística es

<sup>8</sup> Ver en glosario: “Inteligencia BI”

una herramienta que está revolucionando la gestión de las empresas. Las tecnologías de la información han evolucionado con el propósito de aportar métodos y soluciones para que el análisis de la información generada en un negocio se haga de forma ágil y efectiva.

Tabla 1 FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindan una variedad de servicios para los clientes.</li> <li>• Prestigio a nivel internacional en el rubro portuario/logístico.</li> <li>• Empresa certificada por entes internacionales y nacionales.</li> <li>• Instalaciones amplias y en perfecto estado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer mayor uso de tecnología y sistemas para la optimización de tiempos en las áreas dónde se sufren mayores demoras.</li> <li>• Aliados estratégicos</li> <li>• Alta necesidad del comercio internacional.</li> <li>• Mejor comunicación entre los distintos departamentos dónde se requiere de trabajo conjunto.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal capacitado, pero sin completo dominio de los programas y sistemas implementados en la terminal.</li> <li>• A raíz de la pandemia la cantidad de exportadores e importadores ha disminuido considerablemente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crisis de contenedores originado por la pandemia COVID-19.</li> <li>• Hackers.</li> <li>• Cambios fiscales, ambientales o legales.</li> <li>• Crisis política y económica por los resultados electorales en el presente año político.</li> </ul>

(Fuente: Elaboración Propia)

### 2.1.2 Actividad 2 Reportes de la fluctuación de las exportaciones e importaciones y diagrama de flujo del proceso de elaboración.

Con el objetivo de manejar un control interno de los servicios prestados y de la mercadería<sup>9</sup> que se importa y exporta, cada lunes el analista comercial entrega un reporte detallado de las estadísticas de las fluctuaciones en las importaciones<sup>10</sup> y exportaciones<sup>11</sup> al director del puerto. Debido a lo extenso que es dicho reporte, el analista comercial encargó al practicante llevarlo a cabo y trabajarlo por segmentos cada día de la semana, esta tarea le tomó al practicante alrededor de 3 – 4 horas diarias dependiendo de los volúmenes de carga de martes a viernes.

De igual forma se elaboró un diagrama de flujo del proceso de generalización de *commodities* llevado a cabo para el reporte con el fin de que los demás colaboradores del departamento tengan un mejor entendimiento de esta tarea y posteriormente logren auxiliar al analista en esta actividad ya que este se encarga de todos los reportes y es la única persona que conoce el proceso. Dicho diagrama fue elaborado por el practicante por medio del uso de la herramienta E Draw Max<sup>12</sup>.

Este reporte se realiza al descargar los listados en tiempo real del portal de *Power BI* de la mercadería en cada contenedor de cada barco. Dicho listado es elaborado por los colaboradores asignados en el departamento de operaciones, quienes se encargan de llevar a cabo los movimientos de la mercadería al centro logístico. Se hace una generalización de la mercadería que contiene cada uno de los contenedores o *flat racks*<sup>13</sup> y posteriormente se elaboran gráficas y cuadros comparativos con años anteriores utilizando los resultados de las semanas como se puede observar en la ilustración 3<sup>14</sup>. Este reporte es de suma importancia ya que se lleva un control de los volúmenes que se exportan e importan hacia o desde Honduras por medio de la terminal portuaria. Este reporte da a conocer la cantidad de TEUS que maneja OPC semanal/anualmente y permite que los directores y los encargados de toma de decisiones contemplen este indicador de actividad portuaria.

---

<sup>9</sup> Ver en glosario: “Mercadería”

<sup>10</sup> Ver en glosario: “Importaciones”

<sup>11</sup> Ver en glosario: “Exportaciones”

<sup>12</sup> Ilustración **Error! Main Document Only**. Diagrama de flujo del proceso de reporte de commodities

<sup>13</sup> Ver en glosario: “Flat Rack”

<sup>14</sup> Ilustración **Error! Main Document Only**. Exportación commodities 2021

### **2.1.3 Actividad 3 Reportes de *Commodities*.**

Al igual que las exportaciones e importaciones, se elaboran reportes de los *commodities* con mayores volúmenes de exportación e importación en el país a través de la terminal de OPC con el objetivo de conocer cuáles de esos productos tienen mayor demanda en nuestro país y cuáles son los más demandados por la comunidad internacional por parte de Honduras. Este reporte se elabora de la misma manera y con los resultados del reporte de las fluctuaciones de importaciones y exportaciones, con la diferencia que este reporte tiene un grado más alto de detalles. En primera instancia, se realizan las estadísticas de los *commodities*. Si existe alguna baja o alza en alguno, se contacta a cada exportador e importador y se les aplica una pequeña entrevista para conocer la causa de la variación en cada uno. Posteriormente, se elabora un cuadro en el cual se refleja el porcentaje de variación y los comentarios de los clientes como se puede observar en la ilustración 5.<sup>15</sup> El practicante se encargó de actualizar los datos de cada uno de los *commodities* y realizar las llamadas correspondientes para llevar a cabo este reporte semanalmente.

### **2.1.4 Actividad 4 Preparación de reporte y presentación de la exportación del Café y Banano.**

El analista comercial genera un reporte específicamente del café y el banano debido a que son el producto estrella en las exportaciones de Honduras. Con el objetivo de manejar un reporte aún más detallado, se elabora un análisis estadístico de la exportación de estos dos *commodities*. El café de Honduras se posiciona como el producto de mayor exportación en la región centroamericana, el tercero en Latinoamérica y el sexto a nivel mundial. Entre los años 2000 y 2010, el café representó en promedio el 21% del PIB agrícola y 3% del PIB total<sup>16</sup>. Más del 95% del café es cultivado por pequeños productores, conformados por alrededor de 100 mil caficultores. Y en la cosecha 2020-2021 prevé exportar unos ocho millones de quintales del grano, por los que espera recibir unos 1.000 millones de dólares, según el Ihcafé. Los ingresos por las exportaciones de café hondureño en los primeros ocho meses de la cosecha 2020-2021 crecieron 7,3 % con respecto al mismo periodo del ciclo pasado, informó una fuente del sector. Las ventas de café hondureño al exterior de octubre de 2020 a mayo 2021 sumaron 763,2 millones de dólares, 7,3 % más comparado con la

---

<sup>15</sup> Ilustración **Error! Main Document Only**. Cuadro Resumen Importaciones de Commodities

<sup>16</sup> Ilustración **Error! Main Document Only**. Exportación de Café



temporada anterior de 710,9 millones de dólares, indicó un portavoz del Instituto Hondureño del Café (IHCAFE). (Agencia EFE, 2021)

De igual forma, el banano se ha constituido en el segundo producto de exportación agrícola de Honduras. Según el sistema de información del Mercado de Banano Fresco o Seco en Centroamérica, establece que las exportaciones por país en el primer trimestre de 2018 el principal exportador de banano fresco o seco en Centroamérica fue Costa Rica, con U\$261 millones, seguido de Guatemala, con U\$206 millones, en tercer lugar, Honduras, con U\$128 millones. (Banano Tecnia, 2018)

Los volúmenes exportados de estos dos *commodities* son de cantidades significativas por lo que el analista comercial tiene la tarea de manejar un control específico de estos. El practicante asistió al analista con la preparación de este informe en la parte investigativa. Se descargan los listados de los volúmenes del portal de *Power BI* y se elaboran gráficas basadas en las estadísticas de las exportaciones de cada uno. Posteriormente, se detalla las cantidades exportadas hacia los países<sup>17</sup> en los diferentes continentes. De esta forma, se da a conocer el porcentaje del consumo del café y banano hondureño alrededor del mundo.

### **2.1.5 Actividad 5 Cotizaciones de despacho del patio de vehículo y carga general.**

El departamento Comercial y de Servicio al Cliente se encarga de la elaboración de cotizaciones y atender por medio de correo electrónico y ventanilla todas las solicitudes. Las cotizaciones se elaboran con el objetivo de brindar un detalle o desglose de los precios que se manejan por la adquisición de los diferentes servicios prestados por OPC. El practicante se encargó de enviar la respuesta a algunas de las cotizaciones y darles seguimiento, el tiempo que se invierte en cada cotización varía dependiendo de la cantidad de servicios solicitados y al grado de dificultad de esta. Operadora Portuaria Centroamericana tiene un tarifario<sup>18</sup> que es utilizado por las compañías del grupo ICTSI, en él se encuentran todas las tarifas aplicadas de acuerdo con el tipo de carga, tipos de descarga, movimientos, utilización de equipo/grúas, peso de carga, tamaño de la carga,

---

17 Ilustración **Error! Main Document Only.** Destino de la Exportación de Café

18 Ilustración **Error! Main Document Only.** Tarifario para Cotizaciones

almacenaje, etc. todos los servicios que se llevan a cabo dentro de la terminal, como se puede ver en la ilustración 9 un ejemplo de algunas de las tarifas.

### **2.1.6 Actividad 6 Diagrama de Flujo de Procesos del Departamento Comercial y de Servicio al Cliente.**

Con el objetivo de que los colaboradores logren tener un mayor entendimiento de los procesos y de sus tareas asignadas dentro del departamento, se realizó un diagrama de flujo de procesos<sup>19</sup> en el área comercial y de servicio al cliente, así como de la relación que tiene con los demás departamentos. Dicho diagrama de flujos se llevo a cabo al entrevistar a los colaboradores en los diferentes puestos hasta llegar con la finalización del proceso para el cliente. En el esquema se puede observar el proceso que debe realizar un cliente para adquirir un servicio cruzando por diferentes departamentos de Servicio al Cliente, *Billing* (Facturación) hasta llegar a Operaciones en Operadora Portuaria Centroamericana. Se hizo uso de la herramienta E-Draw Max para la elaboración de dicho diagrama y dicha actividad tomó 3 días para su realización debido a que se tomaba el tiempo disponible de cada uno de los entrevistados.

### **2.1.7 Actividad 7 Apoyo en la Inauguración de “Aduanas Sin Papeles”.**

“Aduanas sin papeles” es un proyecto llevado a cabo por la Administración Aduanera de Honduras con el objetivo de permitir la integración y digitalización de documentos físicos para un proceso de revisión digital en el importante puerto de América Central, situado en la costa noreste del Caribe. Así, se eliminarán de manera progresiva el uso de papel y la cantidad de archivos físicos de los diferentes trámites y procesos aduaneros que día con día se ejecutan, para constituir el archivo digital que permita la facilitación, agilización, simplificación y reducción de costos en los procesos de ingreso y salida de mercancías. (Aduana News, 2021)

El practicante se encargó de la preparación del material POP para la llegada de los invitados a la inauguración de “Aduanas Sin Papeles” dentro de la terminal portuaria. Se encargó de la selección y preparación de las regalías, de igual forma, documentó el evento por medio de fotografías<sup>20</sup> y vídeos para el departamento comercial.

---

<sup>19</sup> Ilustración **Error! Main Document Only.** Diagrama de flujo del departamento comercial y de servicio al cliente

<sup>20</sup> Ilustración **Error! Main Document Only.** Aduanas Sin Papeles

### **2.1.8 Actividad 8 Control de clientes con contenedores en yarda de 1 - 100 días.**

Con el objetivo de tener mayor disponibilidad en yarda, el analista comercial y el practicante realizaron llamadas semanalmente a los clientes que contaban con contenedores de 50 días en adelante en yarda. Por medio de la información extraída del programa Navis N4, se puede observar los días que cada contenedor lleva en la yarda de la terminal, el cliente responsable de dicho contenedor y su información de contacto. Se hizo un reporte de cada llamada con los comentarios por parte de los clientes y las razones por las cuales los contenedores no habían sido despachados. Gracias a esta actividad se logró despachar una gran cantidad de contenedores que llevaban meses en la terminal tras las llamadas realizadas.

### **2.1.9 Actividad 9 Folleto Informativo.**

Operadora Portuaria Centroamericana recibe a diario una alta cantidad de transportistas dentro de la terminal y estos corren altos riesgos de lastimarse o lastimar otras personas. Con el objetivo de establecer orden de estos y que se respeten las reglas de seguridad implementadas por el departamento de *Health, Safety, Security & Environment* (HSSE), dicho departamento, le solicitó al departamento Comercial y de Servicio al cliente la elaboración de un folleto informativo y visualmente atractivo que reflejara las normas ambientales y de seguridad establecidas en la terminal con el objetivo de socializar cada una de ellas.<sup>2122</sup> El practicante se reunió con personal representante del departamento de operaciones e intercambio información relevante con personal del departamento de HSSE para llevar a cabo dicho folleto, el cual se diseñó específicamente para los transportistas que manejan carga OOG<sup>23</sup> o también conocida como carga sobre dimensionada. Esta actividad se realizó mediante el uso de la herramienta Canva y tomó 3 días ya que debía ser aprobada por los diferentes gerentes de los departamentos involucrados.

---

<sup>21</sup> Ilustración **Error! Main Document Only.** Folleto Carga OOG

<sup>22</sup> Ilustración **Error! Main Document Only.** Folleto Carga OOG

<sup>23</sup> Ver en glosario: “Carga OOG”

### **2.1.10 Actividad 10 Clasificación y archivo de facturas.**

Debido a la cantidad de información que se maneja dentro de la empresa Operadora Portuaria Centroamericana, se ideó un sistema de clasificación de facturas en base a un número de correlativo y fechas. El practicante asistió al departamento comercial y de facturación con la realización de esta actividad. Cada factura tiene un número de correlativo, se ordenan de menor a mayor y se archivan dentro de bolsas plásticas para protegerlas de cualquier accidente que se pueda dar. Posteriormente, las bolsas se guardan en cajas dónde se rotula con el nombre del mes y son archivadas dentro de un pequeño almacén en el edificio. Esta actividad se lleva a cabo con el fin de llevar un orden ya que es información que es utilizada por varios departamentos, de igual forma permite que la empresa este preparada para las auditorías que se llevan a cabo anualmente.

### **2.1.11 Actividad 11 Presentación Comercial**

Las presentaciones comerciales son un instrumento de persuasión que utiliza el equipo comercial para conseguir la venta. La función de la presentación es exponer la empresa, productos o servicios y casos de éxito con el objetivo de convencer al posible cliente. (infoAgro Mexico Exhibition 2022, 2020) Cuando vendemos productos podemos caer en el error de preparar una presentación comercial enfocada en un catálogo de productos o muestrario. Aunque vendamos productos físicos no son el centro de nuestra presentación, un producto no se vende solo con mostrarlo, la presentación de este tipo tiene que seguir la lógica y la estructura de venta. (infoAgro Mexico Exhibition 2022, 2020)

Las empresas siempre están en constante búsqueda de clientes, Operadora Portuaria Centroamericana no es la excepción. Anualmente asisten a una variedad de ferias, eventos, seminarios, etc. dónde el objetivo principal es proyectar una imagen positiva de la empresa, proporcionar información relevante para sus clientes potenciales y destacar las bondades de sus productos o servicios. Por medio del uso de diferentes herramientas como Canva y PowerPoint, el practicante se encargó de la elaboración de una presentación visualmente atractiva que contuviese toda la información y beneficios que reciben sus clientes con el fin de aumentar su cuota de mercado. Dicha presentación fue aprobada por los gerentes del departamento para su utilización en los diferentes eventos en los cuales asistirán representantes de OPC, como, por ejemplo, la Expo Logística que se llevo a cabo el 16 de octubre del 2021 en la ciudad de Comayagua, Honduras.

### 3. Capítulo III

#### 3.1. Propuestas de mejora implementadas

##### 3.1.1. Propuesta 1 Encuesta de satisfacción del cliente

###### 3.1.1.1. Antecedentes.

La encuesta de satisfacción es una de las maneras de entender qué les parece el producto o servicio a los clientes. Pero, además, es una excelente herramienta para lograr visualizar posibles mejoras que se pueden llevar a cabo en la empresa. Porque es a partir de la visión de quien compra el producto o servicio es que se logra percibir pequeños errores que, tal vez, por ser el creador, no se hayan contemplado. (Teledesca, 2020) La importancia de la satisfacción del cliente radica en que nos ayuda a saber la probabilidad de que un cliente haga una compra a futuro. Pedir a los clientes que califiquen el grado de satisfacción es una buena forma de ver si se convertirán en clientes habituales o incluso en defensores de la marca. (QuestionPro, 2020)

El motivo de realizar una mejora en dicha encuesta es debido a que está mal diseñada, la Escala de Likert es utilizada de forma errónea y está mal estructurada. Además de eso, la encuesta actual<sup>24</sup> es visualmente desordenada y puede desmotivar a los encuestados a completarla, contiene prácticamente la misma pregunta para cada uno de los servicios y está llena de palabras innecesarias. Puede ordenarse de la forma señalada en la ilustración 16<sup>25</sup> para lograr hacer mediciones de mejor manera y conocer el grado de conformidad de los clientes hacia determinado servicio y área. La encuesta actual carece de preguntas importantes, dicha encuesta tiene como objetivo recabar información importante acerca de la experiencia del cliente para identificar de que forma esta puede mejorar. Se analizó la encuesta actual para lograr llevar a cabo un rediseño efectivo y añadir preguntas que puedan brindar datos importantes para los tomadores de decisiones.

###### 3.1.1.2. Descripción de la propuesta.

Operadora Portuaria Centroamericana encuesta trimestralmente a sus clientes con el fin de conocer su nivel de satisfacción en todo el proceso de adquisición de servicios desde el inicio hasta el final. En el proceso de adquisición de servicios interceden varias partes, como ser agentes aduaneros,

---

<sup>24</sup> Ver ilustración 15 Encuesta actual

<sup>25</sup> Ver ilustración 16 Encuesta mejorada

navieras, importadores, exportadores, entes gubernamentales etc., es por ello que se aplican diferentes tipos de encuestas para cada uno de los intermediarios/clientes. El practicante se encargó de hacer mejoras y aplicar la encuesta de los agentes aduaneros. Dicha encuesta puede ser observada en anexos. Se realizaron tres propuestas de mejora en dicha encuesta debido a que estaba mal elaborada y los resultados podían verse afectados con la mala elaboración y errores en el diseño de la encuesta. Además, se hizo un análisis de los servicios y los datos que se deseaban extraer por parte de los clientes.

Como primera propuesta, podemos observar que en la encuesta actual la escala de Likert está mal diseñada al solo proporcionar solo 4 niveles en las opciones para calificar la satisfacción del cliente (Malo, Regular, Bueno, Excelente). Como primera propuesta de mejora se sugiere colocar la escala de Likert correcta de 5 niveles en los cuales existe un balance de 2 negativos, 1 punto intermedio y 2 positivos. De esta forma los encuestados pueden calificar su respuesta y la empresa puede conocer de mejor manera la actitud o comportamiento de los clientes hacia la marca y servicios prestados. Como segunda propuesta de mejora, al notar que la encuesta actual es visualmente desordenada y puede desmotivar a los encuestados a completarla, se optó por elaborar un diseño que se ajuste a la estructura de las preguntas con el fin de que los clientes no se desmotiven antes de iniciar a completarla. Finalmente, como última mejora en la encuesta se optó por añadir algunas preguntas que involucran medir el nivel de lealtad que tienen los clientes hacia la empresa y conocer la percepción de los clientes hacia el dominio que tienen los colaboradores sobre los procedimientos y programas con el fin de identificar si es necesario implementar capacitaciones o un tipo de reforzamiento de los programas para brindar un mejor servicio. Anteriormente, se hizo un análisis de la forma en que los colaboradores llevaban a cabo el proceso de atención al cliente y se obtuvo que carecen de técnicas de servicio al cliente y de habilidades con el software utilizado.

### **3.1.1.3. Impacto de la propuesta.**

Con los cambios realizados los encuestados tienen una escala de 5 niveles en los cuales pueden calificar de mejor forma su satisfacción con los servicios brindados por Operadora Portuaria Centroamericana. Con el nuevo diseño de la encuesta, hasta la fecha el 100% de los encuestados respondieron correctamente las preguntas, antes la encuesta se miraba muy larga y algunos encuestados no respondían todas las preguntas, dejaban la encuesta hasta la mitad o simplemente

dejaban la mayoría de las preguntas en blanco. Esto nos permite tener resultados de mayor calidad y por mayor número de clientes.

Se añadieron dos preguntas al final que no estaban en la encuesta original, las preguntas:

“¿Recomendaría nuestro servicio?” y “¿Considera que nuestro representante tenía el conocimiento suficiente para atender su consulta?”. Con la implementación de la primera pregunta se logró implementar el nuevo KPI *Net Promoter Score* que nos indica cual es la probabilidad que tiene la empresa de que un cliente recomiende a alguien más los servicios de OPC. De igual forma clasificarlos en las tres categorías de NPS, promotores, pasivos o detractores y conocer la cantidad de clientes que pertenecen a cada una con el fin de crear planes de acción para convertirlos a todos en promotores. La segunda pregunta se implementó debido a que, por medio de la herramienta de entrevista, se obtuvieron resultados indicando que algunos de los auxiliares de servicio al cliente tienen problemas con el dominio de los programas utilizados en la empresa y esto puede afectar los tiempos a la hora de brindar un servicio eficiente a los clientes. Con la implementación de esta pregunta obtenemos la percepción del cliente en cuanto a este tema, si consideran que los representantes puedan requerir de un mayor nivel de reforzamiento de los programas y softwares y de que manera esta situación afecta la experiencia del cliente.

### **3.1.2. Propuesta 2 Implementación de Nuevos KPIs**

#### **3.1.2.1. Antecedentes.**

Los KPIs (*key performance indicators*) son indicadores clave de rendimiento que se utilizan para evaluar el éxito de las acciones y/o procesos en la medida en que estos contribuyen a la consecución de los objetivos, para determinar si están dando los frutos esperados o es necesario realizar correcciones. Los KPIs también desempeñan una importante función comunicativa ya que informan a directivos, empleados e inversores sobre la evolución de la empresa respecto a los objetivos establecidos, para que todos puedan trabajar con una visión y una meta común. (ESERP Business and Law School, 2020)

Operadora Portuaria Centroamericana utiliza una variedad de *Key Performance Indicators* con el fin de monitorear el desempeño de los procesos, estrategias y planes de acción implementados por parte de cada uno de los departamentos. Actualmente, estos son los KPI's utilizados en el departamento comercial y de servicio al cliente:

*Tabla 2 KPI's Actuales*

KPI'S UTILIZADOS ACTUALMENTE
Satisfacción del Cliente
Tiempo de Respuesta a Reclamos de Facturación
Tiempo de Respuesta a Cotizaciones
Reuniones Comerciales Realizadas
Tiempo de Respuesta a Solicitudes de Servicios Especiales vía Correo Electrónico
% Incremento de Revenue Servicios Especiales (Revisiones, Fumigaciones, Traslados y Vacaciones)
Tiempo de Respuesta a Call Center
Cantidad de Coordinaciones de Autoridades
Tiempos de Atención en Ventanilla

(Fuente, Elaboración Propia)

Cada mes el equipo del departamento comercial y de servicio al cliente se reúne para brindar actualización de los KPI's, esto se realiza con el objetivo de que todo el equipo conozca la situación de la empresa y en conjunto se preparen planes de acción para mejorar los KPIs y la experiencia de los clientes en caso de que los KPI's no cumplan con los objetivos y metas establecidas. Si los KPI's se muestran dentro de los rangos esperados el equipo recibe incentivos por parte de la gerencia y se toman en consideración los factores que han contribuido a los resultados positivos.

### 3.1.2.2. Descripción de la propuesta.

Una de las tareas asignadas al practicante por parte de la Gerente de Servicio al cliente fue brindar una propuesta de nuevos KPIs con el objetivo de medir y controlar el desempeño tanto de los colaboradores como de los procesos implementados. Para ello se llevó a cabo un análisis de dichos procesos y se investigaron una variedad de KPIs que podrían ser útiles para el departamento que brindarían información importante. Se elaboró una presentación detallada con los nuevos KPIs y su objetivo.

Propuesta de nuevos KPIS:

*Tabla 3 Nuevos KPI's de propuesta*

	<p>La primera mitad del cuestionario se centra en la percepción que tienen tus clientes del servicio prestado ("cómo es"), y la otra mitad en sus expectativas ("cómo debería ser").</p> <p>Mide los ítems con una escala Likert de siete</p>
--	---



<b>SERVQUAL</b>	puntos, que va desde 'muy en desacuerdo' hasta 'muy de acuerdo'. Las diferencias que resultan de la comparación indican en qué medida las expectativas de tus clientes se desvían del servicio que realmente ofreces.
<b>Tasa de resolución en un primer contacto (FCRR)</b>	Determina el porcentaje de consultas que fueron resueltas en la primera interacción con el cliente. A partir de este indicador se pueden crear manuales de operaciones internos, que expliquen las mejores prácticas y establezcan respuestas rápidas y automatizadas frente a problemas o consultas frecuentes.
<b>Customer Lifetime Value</b>	Este indicador está relacionado con la rentabilidad de un cliente. El valor del tiempo de vida de un cliente identifica la cantidad de dinero promedio que recibirá una empresa de cada uno de sus clientes. Este KPI permite analizar el valor monetario de cada cliente y desglosar los flujos de caja.
<b>Índice de recomendación Net Promoter Score (NPS)</b>	El NPS mide la posibilidad de que un cliente recomiende a alguien más los servicios de OPC. Se realizan preguntas a los clientes sobre la probabilidad de que recomienden los servicios en una escala de 1 a 10 y luego se procede a calificar sus respuestas en tres categorías: promotores (9-10), pasivos (7-8), o detractores (0-6).
	El objetivo de medir el número y tipo de solicitudes es evaluar si el centro de atención aporta un verdadero valor añadido. Si la mayoría de los asesores se

<p><b>Tasa de solicitudes de bajo y alto valor</b></p>	<p>ven desbordados por solicitudes sencillas y recurrentes, es necesario revisar la estrategia de auto asistencia por parte de los clientes y permitir que los asesores dediquen tiempo a las solicitudes que requieren una verdadera atención personalizada, o un análisis más profundo del problema.</p>
<p><b>Número de interacciones por ticket</b></p>	<p>Este indicador de atención al cliente hace referencia al número de veces que el cliente tiene que volver a contactar con la empresa por un mismo problema. Demasiadas interacciones a menudo pueden significar que el personal de soporte no hace las preguntas correctas sobre el problema del cliente, o que el cliente no se dirige a las personas adecuadas.</p>
<p><b>Training Investment per Employee</b></p>	<p>Controlar de cerca cuánto se está invirtiendo en capacitación y desarrollo por empleado. Si se invierte muy poco, es probable que existan dificultades para desarrollar los mejores talentos internamente. Ej. "Técnicas de Servicio al Cliente"</p>
<p><b>Customer Effort Score (CES)</b></p>	<p>Métrica de la experiencia del cliente que mide qué tan fácil es para un cliente hacer negocios con OPC a través de una encuesta CES. Puede pedir a los clientes que evalúen su experiencia con sus servicios.</p>
	<p>Contar el número total de clientes que toman tickets y la cantidad de tickets por cada cliente. Además de realizar un seguimiento de</p>

<b>Total Tickets and Tickets Per Customer</b>	la cifra de la línea superior, se podrá identificar cómo fluctúa el volumen según las horas del día, el día de la semana o según las estaciones. También de que forma se puede reducir el número de tickets por cliente.
---	--

(Fuente, Elaboración Propia)

La Gerente de Servicio al Cliente aprobó todos los KPI's propuestos por el practicante, pero, debido al corto periodo de tiempo, solamente se logró implementar el KPI *Net Promoter Score* hasta la fecha, el cual tiene como objetivo medir la probabilidad que tiene un cliente de recomendar los servicios o productos de una empresa. Para la implementación de este KPI se añadió una nueva pregunta en la encuesta de satisfacción del cliente, “¿Qué tan probable es que recomiende nuestros servicios? Siendo 1 la menor probabilidad y 10 la mayor probabilidad.” Posteriormente, al aplicar la encuesta se logra identificar y clasificar a los clientes entre detractores, pasivos y promotores. Al conocer los porcentajes se podrá elaborar un plan de acción o una estrategia para convertir a los clientes en promotores y reducir el porcentaje de detractores y pasivos.

### **3.1.2.3. Impacto de la propuesta.**

Con los nuevos KPI's se logrará proporcionar información que OPC necesita sobre cada etapa de los procesos y estrategias implementadas. De esta forma se pueden medir con mayor exactitud el desempeño de estos e identificar si existen puntos de mejora o los factores clave para llevarlos a cabo exitosamente. La implementación de mayor numero de KPI's aporta una mayor precisión en la toma de decisiones ya que se logra visualizar un panorama mas claro de la situación de la empresa y se logra contemplar una variedad de elementos importantes. De igual forma existe una mayor rapidez, comprensión y transparencia a la hora de comunicar resultados con los tomadores de decisiones.

Al implementar el KPI *Net Promoter Score* se logra medir la fidelidad que existe por parte de los clientes hacia OPC, si los colaboradores de servicio al cliente han logrado entablar una relación a largo plazo con los clientes y si esta atención es de calidad o si existen incomodidades por parte de los clientes. Al obtener estos resultados los tomadores de decisiones reconocerán si los clientes pueden en algún momento recurrir a la competencia o simplemente dejar de adquirir los servicios

de la Operadora Portuaria Centroamericana. En ese caso, se diseñarán estrategias orientadas a los resultados obtenidos en la encuesta con el fin de crear una mejor experiencia para los clientes y crear un lazo de fidelidad cliente-empresa.

### **3.1.3. Propuesta 3 Programa +Puntos, -Tiempo**

#### **3.1.3.1. Antecedentes.**

En Operadora Portuaria Centroamericana, como en todo el rubro logístico, el tiempo es dinero. Todos los procesos y estrategias están orientadas a brindar servicios eficientes considerando y manteniendo un control en el recurso del tiempo. En las ventanillas de servicio al cliente se implementan KPI's que miden el promedio del tiempo que les toma a los agentes de ventanilla para darle resolución a todos procesos que desean los clientes. Se hizo uso de la herramienta de entrevista a los colaboradores para conocer las inquietudes y situaciones que podrían estar afectando el tiempo de las ventanillas. La preocupación que más resaltó fue el hecho de que los agentes aduaneros que se dirigen a ventanilla siempre deben llevar su documentación correcta y en orden para poder atenderles de la mejor manera y esto no siempre es así, los agentes aduaneros llegan a ventanilla con la documentación incompleta, con fechas incorrectas, sin los sellos correspondientes, etc. por lo que esto involucra una pérdida de tiempo por ambas partes a la hora de que llega su turno en ventanilla.

La documentación que los agentes aduaneros deben de entregar en ventanilla es la siguiente:

#### Revisiones

- Carta de solicitud de servicio
- Formato de solicitud
- *Bill of Landing (BL)*
- Declaración Única Centroamericana (DUCA) Resumida
- Vaciada, trasiego (sello de aduana)
- ARSA, UCC, SEPA (sello correspondiente)

#### Revisiones de carga suelta

- Carta de solicitud de servicio
- Fromato de solicitud

- *Bill of Landing (BL)*
- Sello de aduana para vehículos
- Revisión de huella: Copia de ID que va a reclamar el vehículo.

#### Despacho

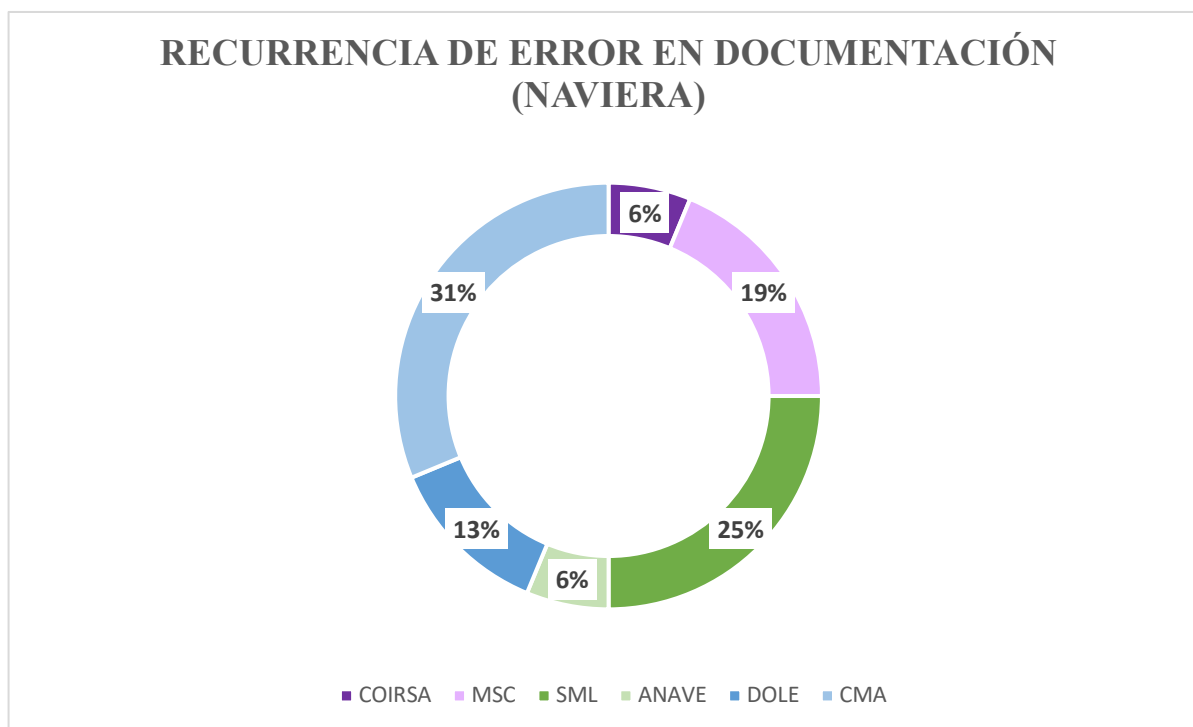
- Carta de solicitud de servicio
- Rayos gama
- Autorización levante de la póliza
- 9A Resumida

### **3.1.3.2. Descripción de la propuesta.**

Utilizando la herramienta de Excel, el practicante junto al equipo de servicio al cliente llevó a cabo una bitácora en 1 día normal en la sala de servicio al cliente. El cuadro contiene los rechazos de solicitudes por situaciones como las mencionadas anteriormente, se recopiló las navieras, cantidad de contenedores, la hora de solicitud, hora de aprobación por la naviera, hora de rechazo de la solicitud, tiempo en que tardaron en resolver el error y regresaron a las instalaciones de OPC, el medio de solicitud del servicio (correo electrónico o ventanilla) y las observaciones con las razones por las cuales se hizo el rechazo a la solicitud.

Se obtuvo que las navieras con mayor recurrencia de errores en la documentación fue *Compagnie Maritime d'Affrètement / Compagnie Générale Maritime (CMA CGM)*, *SM Line*, *Mediterranean Shipping Company (MSC)* y *Dole*.

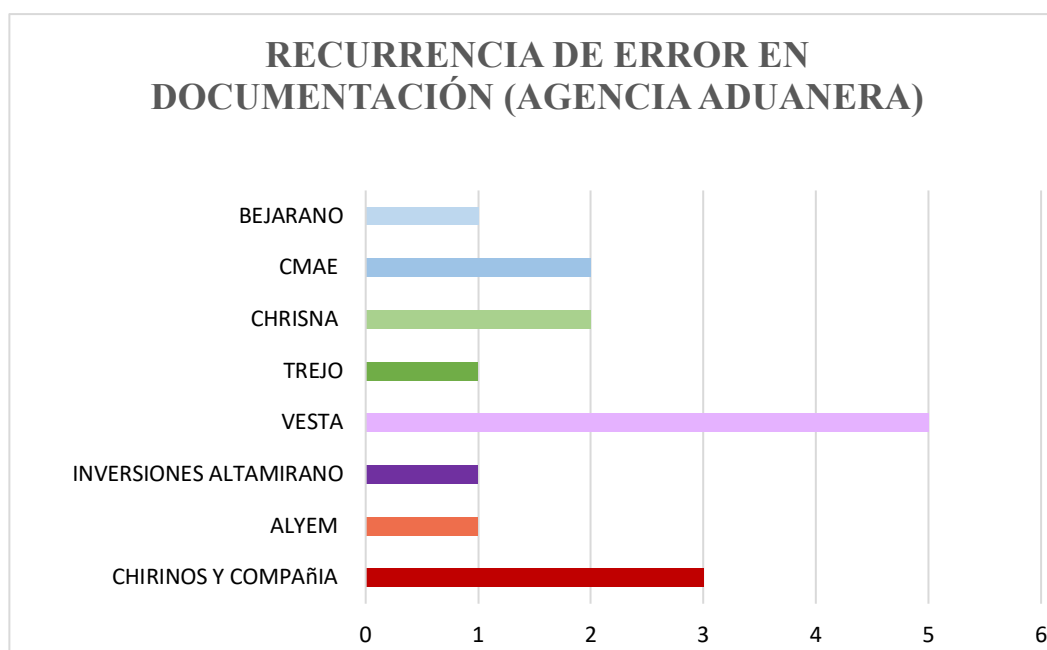
Ilustración 3 Recurrencia de error en documentación (Naviera)



(Fuente, Elaboración propia)

En cuanto a las agencias aduaneras con mayor recurrencia se obtuvo que las agencias aduaneras Vesta, Chirinos y Compañía, CMAE y Chrisna encabezan la lista.

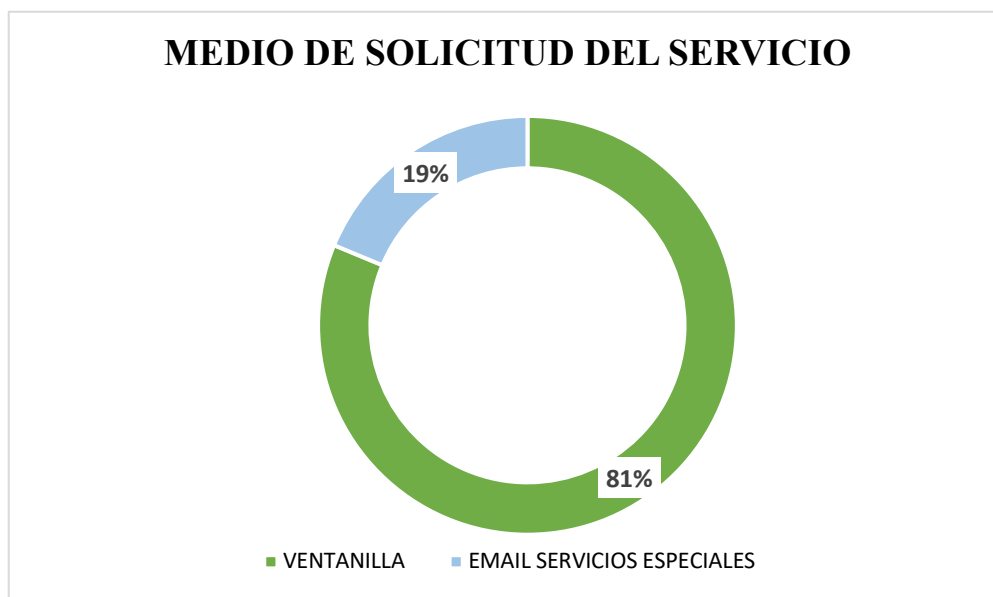
Ilustración 4 Recurrencia de error en documentación (Agencia Aduanera)



(Fuente, Elaboración propia)

En un día, estas demoras suman un total de 1 hora y 30 minutos. Lo cual es un impacto significativo en los tiempos de OPC y los clientes. La recurrencia de los errores en su mayoría se presentaba en ventanilla más que en las solicitudes por medio de correo electrónico.

*Ilustración 5 Medio de solicitud*



(Fuente, Elaboración propia)

Con el objetivo de optimizar el tiempo en ventanilla y eliminar las demoras por ambas partes, se sugiere la implementación de incentivos para los agentes aduaneros con el fin de que presenten toda la documentación correcta y en orden a la hora de su turno en ventanilla. Llevar un control de las veces que cada agente aduanero presenta su documentación correcta y en orden, de esta forma irán acumulando puntos y se otorgará un incentivo al acumular una cantidad determinada ya que de esta manera se reducen demoras en el proceso de ventanilla. El control puede llevarse de dos formas, se puede realizar un cuadro compartido en Excel, en donde todos los auxiliares de servicio al cliente puedan llevar una bitácora y añadir puntos en caso de que el agente aduanero cumpla con el orden en su documentación.

Otra forma en la que se podría llevar el control es por medio de tarjetas de puntos.<sup>26</sup> Se otorga a cada agente aduanero una tarjeta que deberá portar cada vez que llegue a la ventanilla para que el encargado de la ventanilla pueda marcar su tarjeta si el agente aduanero cumple con el manejo de su documentación correctamente.

<sup>26</sup> Ver ilustración 20 Diseño de tarjeta de puntos

Tabla 4 Presupuesto para Tarjeta de Puntos

<b>Número de tarjetas</b>	100
<b>Costo c/u</b>	Lps. 4
<b>Total</b>	Lps. 400

(Fuente: Star Copy, San Pedro Sula)

Entre las opciones de incentivos al acumular una cantidad de 15 puntos se proponen las siguientes:

- Tener la oportunidad de pasar directamente a ventanilla sin hacer fila al presentar dicha tarjeta con 15 puntos acumulados. (Solo aplica 1 vez cada vez que lleguen a cierta cantidad de puntos. Solo aplica si lleva correctamente la documentación, de no ser así tendrá que ser la próxima vez que si cumpla con el requisito.)
- Regalías (Agenda, un snack, pluma, etc)

Si se optara por la opción de regalías el presupuesto sería el siguiente:

Tabla 5 Presupuesto para Propuesta de Incentivos

<b>Snack/Refrigerio de la Cafetería de OPC</b>	
Churro	L. 12
Galleta Oreo	L. 10
Jugo	L. 17
Sandwich	L. 15
<b>Material P.O.P de OPC</b>	
Agenda	L.85
Pluma	L.30

(Fuente: Star Copy, San Pedro Sula)

El gasto mensual dependería del incentivo y de la respuesta de los clientes al mismo, cual sería el nuevo comportamiento de los clientes por reducir dichas demoras.

De igual forma se sugiere la socialización de la documentación correcta en las paredes de la sala de servicio al cliente:



Ilustración 6 Carteles “Documentación correcta”



(Fuente: Star Copy, San Pedro Sula)

Con el fin de que los clientes puedan visualizar los requisitos para ser atendidos mientras esperan en la sala y logren identificar o recordar si no cumplen con alguno de ellos. Así proceden a corregir el error y regresan a las instalaciones sin perder tiempo en la sala de espera ya que muchas veces el tiempo de espera es de un promedio de 2 horas. El presupuesto de los carteles es de aproximadamente:

Tabla 6 Presupuesto Carteles para la sala de servicio al cliente

<b>No. De Carteles</b>	3
<b>Tamaño</b>	Tabloide
<b>Costo c/u</b>	L. 180
<b>Costo Total</b>	L. 540

(Fuente: Star Copy, San Pedro Sula)

### 3.1.3.3. Impacto de la propuesta.

Con la implementación de esta propuesta, se podría reducir 1 hora y 30 minutos en demoras para ambas partes, OPC y los clientes. Por medio de la herramienta de entrevista a los clientes, se obtuvo que los clientes preferirían el incentivo de pasar directamente a ventanilla y en segundo lugar el snack ya que ellos permanecen en la sala de espera por varias horas y les caería bien un refrigerio en ese intervalo de tiempo.

De igual forma, los encargados de ventanilla se verían beneficiados ya que las demoras se reducirían y los KPI's del departamento podrán mejorar. Reflejando mejores tiempos de atención al cliente y un mejor desempeño en el proceso. Esta propuesta también generará una mejor experiencia para los clientes, ellos percibirán que su esfuerzo por llegar con la documentación correcta será reconocido e incentivará a los demás agentes aduaneros a cumplir los requisitos establecidos.

## **3.2.PROPUUESTAS DE MEJORA GLOBALES**

### **3.2.1. Propuesta 1 Renovación de Página Web**

#### **3.2.1.1. Antecedentes.**

En la actualidad, tener una página web nos brinda credibilidad ante los clientes potenciales y nos ayuda a ser visibles en los buscadores, de ahí la importancia de crear una estructura en la que el contenido resulte relevante. Considera que muchas visitas a tu sitio serán de personas que no conocen tu marca, incluye su ubicación física, número telefónico, mail de contacto y/o redes sociales, así como fotografías de alta calidad de tus productos. (Entrepreneur, 2017)

La empresa Operadora Portuaria Centroamericana cuenta con una página web de muy baja calidad. Dicha página web es utilizada por los clientes para ingresar a diversos portales para recibir información y para monitorear los planes de atraque, lo que nos indica que esta página web es utilizada constantemente por un alto número de clientes tanto nacionales como internacionales. En cuanto a diseño y funcionamiento; la página posee una variedad de botones importantes que se encuentran dañados.

En la página de inicio, se observó que el menú consta de 6 botones, los cuales solo 2 de ellos funcionan correctamente. Ubicaron imágenes de baja calidad y borrosas como botones, con una fuente de letra que no combina en absoluto con el diseño. En la página “Contáctenos”, colocaron un cuadro de Excel muy poco atractivo para una página web, no hicieron uso de botones que lleven directamente al correo, solamente pegaron el cuadro de Excel sin hacerle mayor cambio en diseño. En la misma página, en la parte inferior, se encuentran unas letras que no tienen relación con la página lo que nos indica que la página está dañada o simplemente olvidaron borrar ese cuadro texto al momento de crear la página. Se logró ingresar a las demás páginas por medio de otros botones, la página “Quiénes Somos”, deja mucho que desear en cuanto a diseño y contenido. De igual forma se identificó otro botón sin funcionamiento. La página de “Reclamos” no se

comprende muy bien, la información está mal distribuida e insertaron nuevamente una imagen de muy baja calidad. La página de “*Frequently Asked Questions*” también posee un diseño poco creativo, no engloba toda la información que podría y es algo aburrida. La información no está actualizada, según miembros del departamento de IT. El botón del “Portal de Negocios” constantemente está fuera de servicio y esto no solamente afecta la imagen corporativa sino también el servicio al cliente ya que por medio de este portal los clientes se informan acerca de sus tramites. Como ultimo punto débil, la página web demostró no ser adaptable a dispositivos móviles ya que una vez se abre la página en un teléfono celular o *tablet*, las imágenes y textos se mueven y pierden coherencia.

### **3.2.1.2. Descripción de la propuesta.**

Se realizó un análisis de *benchmarking* comparando la página web de OPC<sup>27</sup> frente a la página web de su competencia con el fin de identificar de que forma se proyectan las demás empresas del rubro en los medios digitales. De igual forma se observó como manejan la presencia digital las demás empresas del grupo ICTSI que están ubicadas en los demás países como Contecon Manzanillo en México, ICTSI Rio en Brasil, Contecon Guayaquil en Ecuador, Basra Gateway Terminal en Irak, entre otras. Se obtuvo que la página web de OPC carece de información, buen contenido y de un diseño atractivo y llamativo.

Se tuvo una reunión con un experto en marketing digital y se realizó una cotización<sup>28</sup> por una mejora en general de la página web, la cotización incluiría las páginas actuales pero renovadas, la página web en general en ambos idiomas ingles y español, un diseño adaptable tanto en dispositivos digitales, computadoras, televisores, etc.

La nueva página web contará con el uso de nuevas tipografías, fotografías actualizadas de la terminal con el uso de drones y cámaras profesionales, información actualizada, botones funcionales, un diseño innovador similar al de las demás empresas de grupo ICTSI y un cuadro de chat vinculado al WhatsApp del encargado de servicio al cliente.

Se estaría realizando un pago único de \$749+isv. Dicha cotización incluye:

- Sitio web informativo.
- Diseño moderno y llamativo.

---

<sup>27</sup> Ver ilustración 21 Observaciones página web

<sup>28</sup> Ver ilustración 22 Cotización página web

- Diseño responsivo (se adapta a diferentes dispositivos; smarthphones, tablets, PC)
- Formulario de contacto dinámico.
- Sitio web bilingüe (español/Ingles)
- Sitio web de 6 páginas (Home, About, Services, Projects, Clients y Contact)
- Chat con WhatsApp desde el sitio web.

Tabla 7 Presupuesto Página Web

\$ Dólares	L. Lempiras
\$749+isv	L. 18,103.33+isv

(Fuente: Star Copy, San Pedro Sula)

### 3.2.1.3. Impacto de la propuesta.

Al rediseñar la página web, Operadora Portuaria Centroamericana estaría posicionándose de forma positiva en los medios digitales, generaría confianza y tendrá la oportunidad de capturar futuros clientes ya que esta es la primera imagen que el cliente se lleva de la empresa. Una página web de calidad indica que los servicios también son de calidad y transmite prestigio. Este rediseño beneficiará la atención al cliente ya que se brindará la oportunidad de estar en contacto con los clientes por medio de una página web más actualizada y con mayores opciones de contacto.

De igual forma la página web ofrecerá información más actualizada al público. Actualmente, el mayor porcentaje de búsquedas profesionales se realizan por medio del internet. Esto también mejorará el ahorro del tiempo con la información de la pestaña de *Frequently Asked Questions* (FAQ), los clientes podrán recurrir a la página en vez de dirigirse a la oficina de atención al cliente para realizar una pregunta que puede ser contestada por este medio. Por otro lado, existe una muy buena relación coste-beneficio ya que la página web es un pago único no muy alto que muchas veces en puede ser menos costoso en comparación a otros medios publicitarios.

Operadora Portuaria Centroamericana logrará tener un mayor alcance con una página más actualizada y activa, siendo una empresa multinacional este es un factor de suma importancia ya que la mayoría de sus clientes se encuentran fuera de la frontera.

### **3.2.2. Propuesta 2 Implementación programa especializado para tabulación de encuestas**

#### **3.2.2.1. Antecedentes.**

La tabulación de la información resulta especialmente útil en el caso de recogidas de datos muy grandes en las que es necesario representar dichos datos de una manera visualmente atractiva, concisa y directa, que permita el tratamiento de la información sin ningún tipo de problema. (Ayuware, 2021)

Actualmente en Operadora Portuaria Centroamericana, las encuestas aplicadas por el departamento comercial y de servicio al cliente son tabuladas y analizadas en la herramienta Excel. Esto nos indica que los análisis realizados no son a profundidad y de calidad. Existen una variedad de programas que pueden utilizarse para este proceso y que cuentan con una amplia variedad de opciones para análisis de datos. Como por ejemplo el programa gratis Jamovi y programas que si incurren en costos como el reconocido SPSS.

Jamovi es una hoja de cálculo avanzada que permite la realización de cálculos estadísticos complejos de una manera sencilla y eficiente. Incluye herramientas para realizar la mayoría de las pruebas estadísticas más clásicas en ciencias sociales, así como las pruebas más avanzadas que se pueden implementar utilizando R, y como interfaz una hoja de cálculo con capacidades avanzadas para manipular datos, incluyendo operaciones de filtrado, selección, combinación, etc. También incluye la opción de instalar módulos adicionales para realizar tareas más específicas, como modelos bayesianos o análisis visual, entre otros. (Universidad Oberta de Catalunya, 2019)

SPSS es un formato que ofrece IBM para un análisis completo. Es el acrónimo de Producto de Estadística y Solución de Servicio. Existen otros productos diferentes en la suite, cada uno de ellos ofrecen sus propias características únicas. SPSS es un software popular entre los usuarios de Windows, es utilizado para realizar la captura y análisis de datos para crear tablas y gráficas con data compleja. El SPSS es conocido por su capacidad de gestionar grandes volúmenes de datos y es capaz de llevar a cabo análisis de texto entre otros formatos más. (QuesitionPro, 2020)

#### **3.2.2.2. Descripción de la propuesta.**

Se sugiere utilizar otro programa con mayores opciones para análisis de datos, de esta forma se obtienen resultados más exactos y claros para los tomadores de decisiones.

En el caso de Jamovi, puede ser instalado en varios computadores ya que es gratis sin importar el número de usuarios.

Ventajas de Jamovi ante SPSS:

- Cuando se elige alguna opción se realiza el cálculo de forma inmediata sin necesidad de confirmación. Esta característica lo hace más ágil que SPSS.
- Los resultados van apareciendo en una ventana y al pedir que se salve el análisis se genera un fichero con extensión. omv en el que se guarda todo junto: los datos, los resultados y las opciones que han dado lugar a estos resultados. Esto es mejor que lo que hace SPSS (que guarda los resultados en un fichero. spo diferente y no guarda las opciones) ya que permite reproducir los cálculos de manera mucho más fiable.
- Por otra parte, usando el botón derecho del ratón se guardan los resultados numéricos parciales (en .pdf o .html) y los gráficos en diversos formatos (.pdf, .png, etc.) Si se modifican los datos, se vuelven a rehacer los cálculos automáticamente. Esto también es más ágil que en SPSS. (Caminos Aleatorios, 2019)

En cuanto a SPSS, es un programa pagado, pero, con muchas funciones y características que resultan muy útiles al momento de tabular y analizar los datos.

<b>Plan</b>	<b>Suscripción por 1 usuario autorizado</b>
<b>Valor mensual en dólares (\$)</b>	\$ 108.14
<b>Valor mensual en lempiras (L)</b>	L. 2,615.37
<b>Valor anual en dólares (\$)</b>	\$ 1,297.68
<b>Valor anual en lempiras (L)</b>	L. 31,384.39

Entre los beneficios y características de SPSS se encuentran:

- Hoja de cálculos para resolver operaciones aritméticas, algebraicas y trigonométricas.
- Gestor de bases de datos para que se pueden procesar de modo dinámico los datos, permite actualizar los cambios operados y realizar informes personalizados.

- Generador de informes que permite preparar atractivos informes de una investigación realizada, incorporando en un mismo archivo el texto del informe, las tablas, los gráficos y resultados estadísticos.
- Análisis de datos pudiendo extraer de un fichero toda la información para la ejecución de procedimientos estadísticos descriptivos, inferenciales y de múltiples variantes.
- Gestor de minerías de datos para llevar a cabo búsquedas inteligentes, extraer información oculta elaborando árboles de decisión, segmentaciones de mercados o diseños de redes neuronales de inteligencia artificial.
- Es compatible con muchos de los programas para manejo de datos. Por lo tanto, permite la transmisión o traspaso de datos de un programa a otro. (Atlassian, 2020)

Según lo investigado, Jamovi se muestra como una excelente opción para la tabulación y análisis de datos. Es una herramienta gratuita y una mejor alternativa que la actualmente utilizada. Para la implementación de esta propuesta se capacitará al personal de servicio al cliente encargado de aplicar las encuestas con videos y manuales de la página oficial de Jamovi para lograr manejar y aprovechar el programa en su totalidad.

### **3.2.2.3. Impacto de la propuesta.**

Al hacer uso de un programa especializado para la tabulación de encuestas y análisis de datos permitirá obtener resultados de mayor calidad al tener nuevas funciones más avanzadas para analizar datos, la exactitud de los datos será mayor. Permitirá que los colaboradores encargados de realizar los análisis de forma manual se ahorren el tiempo y esfuerzo con un programa diseñado para el análisis de datos, ya que actualmente esta tarea les toma aproximadamente un día completo. Sin importar la cantidad de datos analizados, el proceso se simplifica con los programas estadísticos.

De igual forma los informes se realizan automáticamente y permite que se reduzcan los tiempos de este proceso también. La utilización de dichos programas podrá revelar nuevos conocimientos, los datos se podrán combinar o cruzar con opciones más avanzadas que brindarán nuevos resultados que no habían sido contemplados o detectar nuevas oportunidades.

### **3.2.3. Propuesta 3 Jornada de capacitaciones: “Técnicas de servicio al cliente” y Navis N4**

#### **3.2.3.1. Antecedentes.**

Según el Informe de Tendencias 2020 de Zendesk, el 57% de las personas consultadas considera la atención al cliente como el atributo principal que le hace sentir leal con respecto a una marca. En el análisis de este y otros datos, se descubrió que cuando los clientes se sienten ignorados, tienen que repetir las mismas cosas, o no reciben una respuesta rápida, tu empresa pierde la oportunidad de crear lealtad — es más probable que pierdas tus consumidores para la competencia. El llamado consumidor 4.0 está bien informado, ha evolucionado en sus hábitos de consumo y no tiene miedo de migrar a otras marcas si considera que la experiencia que brindas no es la que merece. (Zendesk, 2021)

Actualmente los colaboradores encargados de ventanilla no han recibido cursos o capacitaciones de servicio al cliente, lo cual es de suma importancia ya que dichos colaboradores son quienes entablan una relación directa con los clientes.

Navis N4, es comercializado y soportado por Zebra Enterprise Solutions, una división de Zebra Technologies Corporation. Este software es una plataforma de tecnología sofisticada y moderna orientada a optimizar la eficiencia y productividad de las terminales (principalmente de contenedores) en el conjunto de sus actividades operacionales, integrándola con actividades de soportes a la actividad portuaria. Entre las actividades operacionales podemos anotar: planeación de buques, planeación de patio, ejecución y control operacional terrestre y marítimo, para de esta forma mejorar la utilización de la infraestructura de equipos de desplazamiento Vertical; Horizontal y el Recurso Humano. (Puello, 2015)

Navis N4 es un software con un alto grado de complejidad, a menudo algunos de los colaboradores se ven obligados a pedir ayuda a los demás ya que no poseen un dominio completo del programa. Esta situación presenta demoras en el proceso ya que además de demorarse en la atención de su cliente, causa demora en los demás colaboradores con sus clientes. Invertir en la capacitación de los colaboradores es una de las estrategias más favorables ya que son ellos de quien depende la experiencia de los clientes y la imagen de la empresa.



### 3.2.3.2. Descripción de la propuesta.

Según análisis estadísticos realizados por el analista comercial, los días lunes y viernes son los días con menor productividad, menor tráfico de clientes y menor operaciones. Las horas menos congestionadas son en la mañana, aproximadamente de 8:00am a 10:00am. Estos días pueden ser utilizados para la implementación de capacitaciones mensuales para los colaboradores, de esta forma fortalecen sus habilidades sin sacrificar la atención a su trabajo.

Se investigó y se obtuvo que la página Udey Business es una plataforma de aprendizaje en línea en dónde se pueden encontrar una variedad de temas de cursos para las empresas.

Las categorías principales de esta selección de cursos son las siguientes:

- Diseño
- Desarrollo
- Finanzas
- Recursos Humanos
- Software y IT
- Marketing
- Productividad en la oficina
- Desarrollo Personal

Existen planes para las empresas, así como también la opción de pagar individualmente cada curso por persona. La ventaja de los planes empresariales es que esta plataforma le permite al administrador tener acceso a analíticas de aprendizaje por cada colaborador. De igual forma posee una amplia variedad de cursos de servicio al cliente que pueden ser de gran utilidad.

*Tabla 8 Presupuesto Cursos Udey Business*

Plan Team	
Precio en dólares	Precio en lempiras
\$360 (20 usuarios)	L. 8,689.32

(Udey Business, 2021)

*Tabla 9 Presupuesto Curso Udey Business, Individual*

Individual por curso	
Precio en dólares	Precio en lempiras
\$9.99 (por usuario, 17)	241.13 (por usuario, 17)
<b>\$ 169.83</b>	HNL 4,099.21

(Udey Business, 2021)

Se recomienda la utilización del Plan Team ya que puede resultar más económico si el departamento decide que los colaboradores tomen varios cursos. De igual forma es una excelente característica que la gerencia tenga la oportunidad de monitorear el desempeño y avance de cada uno de los colaboradores. Se logra tener un mayor control y se podrían otorgar beneficios o incentivos por cumplir ciertas metas.

### **3.2.3.3. Impacto de la propuesta.**

Con la implementación de esta propuesta, los colaboradores van a brindar servicios más especializados. Pondrán en práctica las técnicas para la buena atención del servicio al cliente. Se actualizan los procedimientos y conocimientos en la empresa, transmite una mayor confianza al cliente al momento de la adquisición de los servicios. Se reducen los errores y confusiones por parte de los empleados, lo cual agiliza los procedimientos. El empleado se siente motivado y crea un sentido de pertenencia con la empresa, su desempeño mejora al mejorar su desarrollo profesional. Favorece la confianza de los clientes hacia la empresa al contar con personal con habilidades de comunicación mejoradas, el manejo de conflictos y aumenta el nivel de satisfacción con el puesto.

Transmitirá un sentido de progreso en el trabajo y personal en los colaboradores. Proporcionará un mejor clima laboral y motivará a los colaboradores a mejorar su desempeño.

## 4. Capítulo IV

### 4.1. Conclusiones

Durante el periodo de tres meses de duración de la práctica profesional se logró aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales por medio de actividades como análisis de importaciones y exportaciones, análisis de *benchmarking*, análisis de imagen corporativa, manejo de reportes de *commodities*, utilización de técnicas de servicio al cliente, creación de campaña con el fin de cumplir con metas corporativas, elaboración de encuestas, entre otras actividades que permitieron ampliar los conocimientos y mejorar las habilidades del practicante.

Con los estudios y análisis realizados mediante el uso de diferentes herramientas aprendidas a lo largo de la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales se lograron identificar los puntos de mejora de Operadora Portuaria Centroamericana, así como la identificación de los puntos fuertes que tomaron un papel importante a la hora de la elaboración e implementación de propuestas y estrategias orientados al cumplimiento de los objetivos del departamento.

Se logró mediante los análisis dejar propuestas a futuro para la empresa con el objetivo de seguir mejorando los procedimientos, mejorar la imagen corporativa y brindar un valor agregado a la hora de ofrecer los servicios. De igual forma, nuevas estrategias para medir dichos procedimientos y perseguir el éxito de estos mediante planes de acción. El practicante formó parte del equipo y logró aportar con soluciones creativas para el departamento comercial y de servicio al cliente, de igual forma apoyar con la reducción de tiempos, actualizar algunos procedimientos y mejoramiento de la experiencia del cliente.

## **4.2.Recomendaciones**

### **4.3.Recomendaciones para la empresa**

Realizar una inducción más especializada a los practicantes de acorde al departamento en el que realizarán la práctica profesional. De esta forma se obtiene una idea más clara de las funciones, tareas y responsabilidades del departamento, brindar una inducción un poco más técnica ya que es un rubro bastante especializado. Mejorar la comunicación entre ambas áreas del departamento con los demás departamentos, con el fin de evitar los malentendidos, reducir tiempo de las confusiones y mejorar los procedimientos. Mejorar su presencia en el mundo digital, ya que muchas personas no tienen una idea clara o no conocen exactamente las actividades económicas fundamentales que realiza OPC para Honduras y estas deben ser reconocidas. Capacitar a los colaboradores con las herramientas tecnológicas que se utilizan en la terminal portuaria, pueden ser complicadas y se deben brindar reforzamientos o capacitaciones constantes ya que esto está directamente relacionado con la calidad del servicio brindado.

### **4.4.Recomendaciones para la institución**

A la Universidad Tecnológica Centroamericana se le sugiere brindar plataformas en línea de mejor calidad ya que muchas veces han fallado anteriormente y esto puede afectar en el desempeño de los alumnos al no contar con los recursos de la plataforma, en la entrega de tareas, en la comunicación con los docentes, etc. De igual forma implementar talleres de softwares tecnológicos utilizados en las empresas como ser SAP, ya que puede ser de bastante utilidad a la hora de ingresar en el mundo laboral.

### **4.5.Recomendaciones para los estudiantes**

A los estudiantes se le sugiere no desmotivarse, poner esfuerzo y dedicación en cada uno de los proyectos y trabajos de las clases ya que es una forma de entrenamiento para el mundo laboral. Aprovechar todos los recursos y beneficios que la Universidad Tecnológica Centroamericana pone a nuestra disposición. Comenzar y terminar la carrera con una actitud positiva explotando su potencial en cada uno de los pasos del camino, aprender a trabajar en equipo y desarrollar buenos hábitos de responsabilidad. Poner atención en cada una de las clases que se les imparten y escuchar

detenidamente a los docentes, quienes siempre nos brindan consejos no solamente para el crecimiento profesional, pero para el personal también.

## Bibliografía

- Operadora Portuaria Centroamericana. (2020, Octubre). *Operadora Portuaria Centroamericana*. From <https://www.opc.hn/wp-content/uploads/2020/10/CODIGO-DE-ETICA-2020.pdf>
- Real Academia Española . (2021). From Diccionario panhispánico de dudas: <https://www.rae.es/dpd/commodity>
- Oca, J. M. (2015). *Economipedia* . From Exportación: <https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>
- Kiziryan, M. (2015, mayo). *Economipedia*. From Importación : <https://economipedia.com/definiciones/importacion.html>
- etransit*. (2018, mayo 10). From ¿Qué es un contenedor Flat Rack?: <https://etransit.com/que-es-un-contenedor-flat-rack/>
- Silva, D. d. (2020, agosto 25). *Blog de Zendesk*. From ¿Como hacer un FODA y planificar estrategias exitosas?: <https://www.zendesk.com.mx/blog/como-hacer-analisis-foda/>
- Galán, J. S. (2020, febrero 4). *Economipedia*. From Mercadería: <https://economipedia.com/definiciones/mercaderia.html>
- Universia*. (2021, agosto 25). From Análisis PEST o PESTAL: <https://www.universia.net/es/actualidad/empleo/analisis-pest-o-pestel-que-es-y-como-realizarlo.html>
- Prosertek*. (2019). From Un acercamiento a las terminales portuarias: <https://prosertek.com/es/blog/terminales-portuarias/>
- Ruano, A. (2020, marzo 19). *SERTRANS*. From ¿Que es TEU?: <https://www.sertrans.es/transporte-maritimo/que-es-el-teu-y-cuando-empezo-a-usarse/>
- Guevara, T. (2021, octubre 29). *Voz de América*. From Analistas: violencia e incertidumbre imperan en proceso electoral en Honduras: <https://www.vozdeamerica.com/a/analistas-violencia-incertidumbre-marcen-elecciones-honduras/6291492.html>
- Banco Mundial. (2021, mayo 28). *Banco Mundial* . From El Banco Mundial en Honduras : <https://www.bancomundial.org/es/country/honduras/overview#1>
- Organización Panamericana de la Salud. (2021, agosto 02). *Organización Panamericana de la Salud*. From Vacunación: ¡cada vacuna aplicada, es una vida salvada!: <https://www.paho.org/es/noticias/2-8-2021-vacunaton-cada-vacuna-aplicada-es-vida-salvada>
- Ordóñez, R. (2021, Julio 22). *Marina Mercante de Honduras*. From Economía de Honduras crecerá en un 3 % en 2021: <https://marinamercante.gob.hn/2021/07/22/economia-de-honduras-crecera-en-un-3-en-2021/>
- Hondudiario. (2021, septiembre 28). *Hondudiario*. From Crisis de contenedores ya impacta en precio de productos importados en Honduras: <https://hondudiario.com/portada/crisis-de-contenedores-ya-impacta-en-precio-de-productos-importados-en-honduras/>
- Banco Interamericano de Desarrollo . (2020, abril 29). *Banco Interamericano de Desarrollo* . From Honduras mejorará su sistema de transporte y logística de cargas con ayuda del BID : <https://www.iadb.org/es/noticias/honduras-mejorara-su-sistema-de-transporte-y-logistica-de-cargas-con-ayuda-del-bid>
- Castro, J. (2021, julio 09). *Blog Corponet*. From Qué es un negocio inteligente y sus beneficios: <https://blog.corponet.com.mx/que-es-la-inteligencia-de-negocios>

- Agencia EFE. (2021, junio 02). *Agencia EFE*. From Ingresos por exportación de café hondureño suben 7,3 % en ocho meses de ciclo: <https://www.efe.com/efe/america/economia/ingresos-por-exportacion-de-cafe-hondureno-suben-7-3-en-ocho-meses-ciclo/20000011-4552468>
- Banano Tecnia. (2018, octubre 10). *Banano Tecnia*. From Honduras: Tercer exportador de banano en Centroamérica: <http://www.bananotecnia.com/noticias/honduras-tercer-exportador-de-banano-en-centroamerica/>
- Llauradó, O. (2014, diciembre 12). *netquest*. From La escala de Likert: qué es y cómo utilizarla: <https://www.netquest.com/blog/es/la-escala-de-likert-que-es-y-como-utilizarla#:~:text=La%20escala%20de%20Likert%20es,cualquier%20afirmaci%C3%B3n%20que%20le%20propongamos.>
- Tranxteint. (2021). *Tranxteint*. From Consolidación y Desconsolidación de Carga: <http://www.tranxteint.ec/cherry-services/consolidacion-desconsolidacion/>
- Marinno Logistics Innovation . (2021, junio 24). *Marinno Logistics Innovation* . From ¿Qué es un consolidador de carga y cómo trabaja?: <https://marinno.com.mx/que-es-un-consolidador-de-carga-y-como-trabaja/>
- Aduana News. (2021, septiembre 7). *Aduana News*. From Honduras pone en marcha “Aduanas sin papeles” en Puerto Cortés: <https://aduananews.com/honduras-pone-en-marcha-aduanas-sin-papeles-en-puerto-cortes/>
- IHCAFE– Instituto Hondureño del Cafe. (2021). *Instituto Hondureño del Cafe – Instituto Hondureño del Cafe*. From Exportaciones de Café: <https://www.ihcafe.hn/exportaciones/>
- APM Terminals. (2021, noviembre 13). *APM Terminals*. From BBC & OOG: <https://www.apmterminals.com/es/barcelona/services/break-bulk>
- Entrepreneur. (2017, marzo 17). *Entrepreneur*. From ¿Por qué tu negocio debe tener una página web?: <https://www.entrepreneur.com/article/290800>
- infoAgro Mexico Exhibition 2022. (2020, marzo 21). *infoAgro Mexico Exhibition 2022*. From ¿QUÉ ES UNA PRESENTACIÓN COMERCIAL?: <https://mexicoinfoagroexhibition.com/2020/03/21/que-es-una-presentacion-comercial/>
- Teledesca. (2020). *Teledesca*. FromCuál es la importancia de la encuesta de satisfacción: <https://www.teledesca.com/blog/cual-es-la-importancia-de-la-encuesta-de-satisfaccion/>
- QuestionPro. (2020). *QuestionPro*. From ¿Cuál es la importancia de la satisfacción del cliente?: <https://www.questionpro.com/blog/es/importancia-de-la-satisfaccion-del-cliente/>
- ESERP Business and Law School. (2020). *ESERP Business and Law School*. From ¿QUÉ SON LOS KPIS?: DEFINICIÓN, CLAVES Y EJEMPLOS: <https://es.eserp.com/articulos/que-son-los-kpis/>
- Ayuware. (2021). *Ayuware*. From Tabulación de la información: qué es y en qué consiste: <https://www.ayuware.es/blog/tabulacion-de-la-informacion/>
- QuestionPro. (2020). *QuestionPro*. From SPSS: <https://www.questionpro.com/es/que-es-spss.html>
- Zendesk. (2021, septiembre 15). *Blog de Zendesk*. From ¿Cuál es la importancia de la atención al cliente? + 20 datos: <https://www.zendesk.com.mx/blog/cual-es-la-importancia-del-servicio-al-cliente/>
- Puello, J. (2015, febrero 22). *Logística de Aprovisionamiento y Distribución*. From Logística de Aprovisionamiento y Distribución: <https://logisticamuialpcsupv.wordpress.com/2015/02/22/navis-n4-una-herramienta-de-gestion-operacional-para-los-puertos-maritimos-mas-avanzados-del-mundo/>

## Glosario de Términos

1. **Carga OOG** Son cargas transportadas en contenedores flat racks u open top pero que igualmente exceden las dimensiones de este tipo de contenedores sobresaliendo del contenedor en altura, anchura o peso. (APM Terminals, 2021)
2. **Consolidador de carga** Es un agente logístico más que se dedica a agrupar, juntar o como su nombre lo dice, consolidar en uno o más contenedores la mercancía de dos o más consignatarios o shippers. (Marinno Logistics Innovation , 2021)
3. **Commodity (Commodities)** En el ámbito de la economía, con el sentido de ‘producto objeto de comercialización’. Se emplea más frecuentemente el plural *commodities*, normalmente en referencia a las materias primas o a los productos básicos. Es anglicismo innecesario, que debe sustituirse por equivalentes españoles como *mercancía(s)*, *artículo(s)* o *bienes de consumo*, *productos básicos*, *materias primas*, según los casos. (Real Academia Española , 2021)
4. **Desconsolidador de carga** Permite desagrupar embarques consolidados en un mismo documento de transporte y que vienen destinados a diferentes consignatarios, presentando cada embarque individual con su respectivo documento de transporte hijo. (Tranxteint, 2021)
5. **Escala de Likert** es una herramienta de medición que, a diferencia de preguntas dicotómicas con respuesta sí/no, nos permite medir actitudes y conocer el grado de conformidad del encuestado con cualquier afirmación que le proponamos. (Llauradó, 2014)
6. **Exportaciones** Conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización. (Oca, 2015)
7. **Flat Rack** Es un recipiente cuyo uso está concebido para cargas pesadas o que, por sus características, no se pueden transportar en un contenedor estándar. Normalmente, se utiliza para el transporte marítimo y terrestre. (etransit, 2018)



8. **FODA** Es una herramienta diseñada para conocer la situación real de una organización, empresa, o proyecto dentro del mercado. Consiste en realizar una lista con las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para facilitar la toma de decisiones a futuro. (Silva, 2020)
9. **Importaciones** Conjunto de bienes y servicios comprados por un país en territorio extranjero para su utilización en territorio nacional. (Kiziryan, 2015)
10. **Inteligencia BI** combina análisis de negocios, minería de datos, visualización de datos, herramientas e infraestructura de datos, y las prácticas recomendadas para ayudar a las organizaciones a tomar decisiones más basadas en los datos. (Castro, 2021)
11. **Mercadería** Todo bien susceptible de ser comercializado, ya sea de manera física o no, a través de actividades económicas conocidas como la compra y la venta de mercaderías o mercancías. (Galán, 2020)
12. **PEST** Es un instrumento que permite a las empresas comprender su entorno, de manera que pueden definir a partir de las conclusiones que aporta la dirección operativa que deben tomar en el mercado. (Universia, 2021)
13. **Terminal Portuaria** Es una unidad dentro del puerto, habilitada para realizar actividades portuarias de intercambio modal (movimiento de mercancías en una misma unidad, usando dos o más modos de transporte sin manipular la mercancía en los intercambios de modo) o servicios. Dentro de su infraestructura se hallan las áreas de depósito temporal y las vías internas de transporte. (Prosertek, 2019)
14. **TEUs** Estas siglas representan la unidad de medida de capacidad del transporte marítimo referida en contenedores de carga. Dicho de otra manera, una TEU es la capacidad de carga que tiene un contenedor estándar de 20 pies. Estos contenedores actualmente no solo se usan

en el transporte marítimo. Están presentes en todo tipo de transporte por mercancías. (Ruano, 2020).

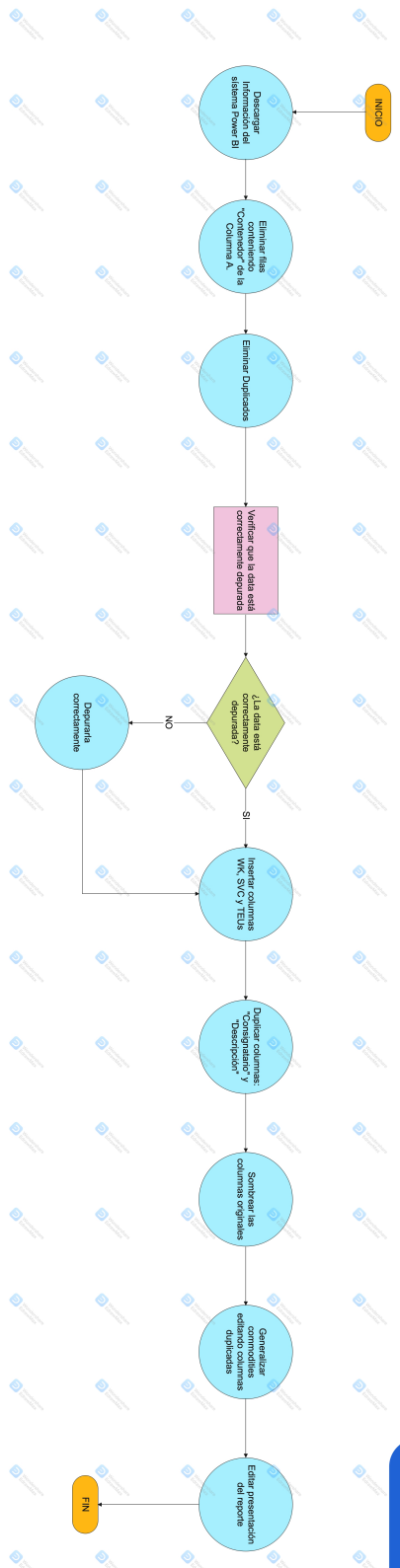
## Anexos

Ilustración 7 Exportación commodities 2021

#	EXPORTER	Commodity	THROUGHPUT BY EXPORTER												Total general	
			JANUARY	FEBRUARY	MARCH	APRIL	MAY	JUNE	JULY	AUGUST	SEPTEMBER	OCTOBER	NOVEMBER	DECEMBER		
1	GILDAN HONDURAS	Papa confeccionada	912	1,039	1,294	1,224	1,166	1,309	1,465	1,379	1,370	1,279	1,300	1,168	6,964	7.5%
2	CHIQUITA HONDURAS COMPANY LTD	Banano	10	5	4	20	20	1	0	0	0	14	12	20	60	0.1%
3	VESTIA CUSTOM S.A. DE C.V.	Comestibles Preparados	252	243	322	254	275	214	197	314	303	332	253	270	1,560	1.7%
4	COMPANIA HONDURENA DEL CAFE SA DE CV	Café	348	385	536	397	548	530	488	379	50	38	62	239	2,744	3.0%
5	SUR AGRICOLA HONDURAS S.A.	Melón	355	321	229	980	347	0	0	0	0	0	0	0	2,232	2.4%
6	SOLEADO SA	Sandía	291	178	481	744	89	0	0	0	0	0	0	12	1,783	1.9%
7	MELON EXPORT S.A.	Melón	623	400	312	779	244	0	0	0	0	0	0	20	2,358	2.5%
8	LEMPA SERVICES LTDA. DE C.V.	Papa confeccionada	201	288	79	102	372	53	43	75	0	22	0	233	1,095	1.2%
9	HANES CHOLOMA S DE R.L.	Papa confeccionada	198	214	211	144	219	230	272	280	285	343	311	194	1,216	1.3%
10	NAVOMAR HONDURAS S A DE CV	Chatarra	201	178	231	204	240	400	352	326	230	196	77	90	1,454	1.6%
11	STANDARD FRUIT DE HONDURAS	Banano	66	72	93	80	103	139	154	0	0	0	112	125	553	0.6%
12	ELCATEX S DE RL	Papa confeccionada	216	289	274	240	338	301	291	285	288	320	218	241	1,638	1.8%
13	SEABOARD SOLUTIONS DE HONDURAS SRL	Hamones	86	109	144	142	213	225	139	138	124	141	165	174	919	1.0%
14	LEAR AUTOMOTIVE EEDS HONDURAS S A	Hamones	209	204	247	183	183	183	187	157	157	256	172	180	1,209	1.3%
15	BENEFICIO DE CAFE MONTECRISTO S.A. DE C.V.	Café	171	305	272	327	280	245	56	4	1	14	10	90	1,600	1.7%
16	AGROPECUARIA MONTELIBANO S.A. DE C.V.	Melón	373	344	624	441	138	0	0	0	0	0	0	123	1,920	2.1%
17	MARTEX FIBER INTERNACIONAL RECICLAJE	Desperdicio Textil	123	187	190	141	181	168	173	146	210	142	134	149	990	1.1%
18	O&M HAL YARD HONDURAS SA DE CV	Papa confeccionada	201	164	238	145	182	233	161	144	158	87	92	137	1,163	1.3%
19	OLAM HONDURAS S.A. DE C.V.	Café	99	104	125	122	250	232	189	122	89	33	35	66	932	1.0%

(Fuente: Elaboración Propia)

Ilustración 8 Diagrama de flujo del proceso de reporte de commodities



(Fuente: Elaboración Propia)

Ilustración 9 Cuadro Resumen Importaciones de Commodities

IMPORT			
Cargo (A)	%Share	%LY	Comments
Cotton Yam	16%	▲ 38%	Elcatex representative reported that the demand for ready-made garments is mostly increasing in orders from customers in the United States, which is why orders in the textile supply chain have increased by 10% to maintain the manufacturing cycles
Mixed Merchandise	9%	▲ 8%	The increase is due to the import of products that is always registered to guarantee the supply when the Christmas season arrives, the largest requests from importers are Christmas items, toys, appliances and food, mostly requested by supermarkets and recognized department stores, importers reported that the changes in the variation of the volume is mainly due to the increase in the prices of some foods, clothing, footwear, furniture, articles for home conservation and recreation, where both the importer and the consumer are being very conservative.
Used Vehicle	8%	▲ 61%	Carusa indicated that in the US depots they have a good volume of vehicles already bought at auction ready for import but due to the constant increases in maritime freight they are giving priority to ship as many vehicles as possible. However, considering the increases in maritime freight with shipping companies, he warned that it could affect the projected volume.
Paper Rolls	6%	▲ 207%	Representative of Corporacion Cartonera 3J reported that the increase is due to the fact that they were short of raw material due to delays in production mills in the United States, in the same way, he reported that due to the reopening of operations of many of their clients they are having a good order volume of packing material
Construction Materials	5%	▲ 9%	The sale of cement and other aggregates under construction will continue to increase due to more public investment in physical infrastructure, such as rehabilitation of roads and bridges damaged by hurricanes Eta and Iota, as well as construction and remodeling of housing, buildings and shopping malls. Likewise, private construction showed an increase of 22% (-25.8% as of July 2020), due to the construction of residential, commercial and other buildings, mainly in the Central District, San Pedro Sula, Choloma, Puerto Cortés and La Ceiba, civil works that had been postponed the previous year due to mobility restrictions imposed as containment measures for Covid-19.
Prepared Food	4%	▼ -4%	The variation in imports depends on the behavior of local consumption, which is currently not good, however a positive trend is expected in the coming months considering that the Christmas season is approaching.
Textile Materials	4%	▲ 67%	O&M Halyard Honduras reported that due to the shortage of containers and the delay in receiving imported raw materials from China and the United States, they have been supplying from other countries, however, despite the above, they expect that for this last quarter the import volume decrease by about 10%.
Chemical Substances	3%	▼ -49%	Representative of Tecno Supplier reported that the decrease is due to delays that they are facing with shipping companies since there is not enough space available in the vessels as well as the increase in maritime freight that is greatly affecting imports. Importers such as Manuchar, Brentang, Fenorsa, Fertica are receiving big-bags cargo on a general cargo vessel that has ETA 09-27-2021.
Beer	3%	▲ 71%	Representative of Cerveceria Hondureña reported that the increase is due to the fact that they are receiving delayed volume due to a shortage of space for shipments with some shipping lines but that the import trend will remain in a positive trend.
Used Clothes	3%	▲ 39%	Representative of Serproim reported that the increase is due to the fact that the majority of warehouses in the US where the used article and clothing are bought had been closed due to confinement, but with the reopening of the economy they have already resumed the purchase and at very accessible prices.
Total Cargo (A)	61%	▲ 26%	
Total Cargo (B,C)	39%	▲ 12%	
Total	100%	▲ 20%	

(Operadora Portuaria Centroamericana, 2021)

Ilustración 10 Cuadro Resumen Exportaciones de Commodities

EXPORT			
Cargo (A)	%Share	%LY	Comments
Garments	47%	▲ 11%	Elcatex representative reported that exports of ready-made clothing and other textiles have increased by 12%, mostly to the United States due to the increase in sales of different clients, they expect the trend to continue until the end of the year.
Prepared Food	7%	▲ 65%	The increase is due to higher customer orders supplied by supermarket chains in Caribbean countries and the United States.
Vegetables	4%	▲ 10%	Customers mentioned that the increase is due to a committed harvest with main customers in the United States that demand a lot of bell pepper, they also mentioned that they are in the process of preparing crops for the next season.
Harnesses	4%	▼ -19%	Empire of Honduras reported that due to the delay in imports of some materials for the manufacture of harnesses, they are facing difficulties to maintain the volume of production, a matter of concern since they are affecting the supply chains generating the shortage of semiconductors, and other sectors such as technological parts of automobiles.
Coffee	4%	▲ 18%	The 2021-2022 harvest that just started on October 1st, considering good international prices and a goal of 7.5 million quintals. The Ihcafé informs that the volume will remain the same as the 2020-2021 harvest and is expected to be positively impacted by the good prices of the aromatic that remains at 200 dollars a bag in international markets.
Textile Waste	3%	▼ -81%	The increase in the cost of maritime freight is negatively impacting the export volume of this type of cargo since its purchase and sale price is relative to weight, so the increase is affecting profitability in the supply chain.
Banana	3%	▲ 75%	The affected banana farms have recovered by 90% after the passage of Eta and Iota, especially in the Isletas sector, department of Colón, with expectations of good production in 2022. Bananas have been one of the most important products in Honduras, after coffee due to its generation of jobs and foreign exchange, most of the bananas produced in the Honduran department of Yoro, Colón and Cortés are destined for export to the United States. Banana shipments fell 55.2% (\$ 162.7 million) in the first six months of 2021, an effect of the alterations in production caused by the floods of the previous year, the tropical storms of late 2020, mainly affected banana cultivated areas, sugar cane, African palm, melon and watermelon, due to damage to crops that resulted in low yields due to excess humidity.
Metal Scrap	2%	▲ 31%	Exporters reported that the purchase price of ferrous material remains very good in the international market, however what is affecting exports is the increase in the cost of maritime freight that has doubled. Actually, they are negotiating rates with the shipping lines .
Wood	2%	▲ 57%	Maderas Lamas, who is the largest exporter, reported that they are having a greater demand for wood, mainly from a client in Jamaica who is dedicated to the manufacture of furniture and other wooden articles.
Tobacco	2%	▲ 12%	Representative of Tabacalera Esteli reported that the increase in volume is due to the fact that one of its main clients acquired a new distribution chain in the Caribbean, which is why they are having a greater order of tobacco
Total Cargo (A)	77%	▼ -12%	
Total Cargo (B,C)	23%	▼ -7%	
Total Cargo	100%	▼ -11%	

(Operadora Portuaria Centroamericana, 2021)

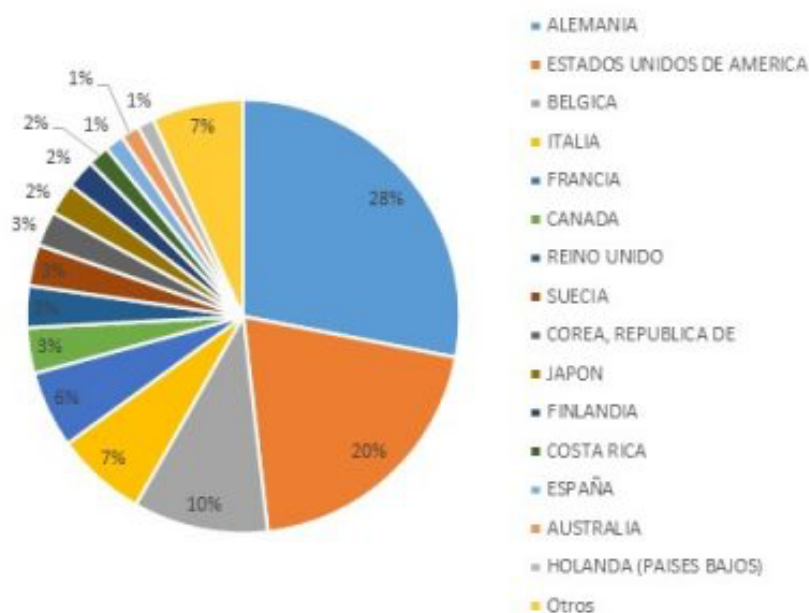
Ilustración 11 Exportación de Café

No.	DESCRIPCION	VOLUMEN SCS.46 KG.	VALORES US\$	PRECIO PROMEDIO	PORCENTAJE
1	ALEMANIA	2,012,671.13	255,927,477.23	127.16	28.02%
2	ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	1,447,453.66	186,841,716.38	129.08	20.15%
3	BELGICA	724,434.08	89,481,108.81	123.52	10.09%
4	ITALIA	486,099.99	58,969,351.87	121.31	6.77%
5	FRANCIA	411,479.09	48,543,670.10	117.97	5.73%
6	CANADA	244,561.09	35,476,876.71	145.06	3.40%
7	REINO UNIDO	223,943.79	28,102,704.02	125.49	3.12%
8	SUECIA	220,669.38	31,031,092.07	140.62	3.07%
9	COREA, REPUBLICA DE	187,499.19	21,190,139.21	113.01	2.61%
10	JAPON	170,544.75	21,059,237.96	123.48	2.37%
11	FINLANDIA	157,105.76	23,275,789.13	148.15	2.19%
12	COSTA RICA	115,087.50	8,666,432.85	75.30	1.60%
13	ESPAÑA	101,863.04	11,248,905.96	110.43	1.42%
14	AUSTRALIA	99,383.42	12,616,623.95	126.95	1.38%
15	HOLANDA (PAISES BAJOS)	90,176.83	11,240,784.48	124.65	1.26%
<b>Sub-Total</b>		<b>6,692,972.70</b>	<b>843,671,910.70</b>	<b>126.05</b>	<b>93.19%</b>
Otros		489,053.47	53,596,805.06	109.59	6.81%
<b>Total</b>		<b>7,182,026.17</b>	<b>897,268,715.77</b>	<b>124.93</b>	<b>100.00%</b>

(IHCAFE– Instituto Hondureño del Café., 2021)

Ilustración 12 Destino de la Exportación de Café

## Volumen de Exportación SCS de 46KG. Principales Destinos.



(IHCAFE– Instituto Hondureño del Café., 2021)

Ilustración 13 Tarifario para Cotizaciones

<b>Operaciones con Contenedores</b>			
<b>Operaciones de muelle</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Descripción</b>	<b>Base Tarifaria</b>	<b>Tarifa</b>
<b>Trasbordos</b>	<p><b>Cargo único por descarga de un contenedor procedente de un medio acuático y embarque al medio acuático de destino.</b></p> <p>En esta tarifa se aplica un solo movimiento por descarga y un solo movimiento de carga. Los movimientos adicionales aplican por separado.</p> <p><b>No incluye cargo por Transferencias – el cargo por las transferencias se aplica por separado.</b></p> <p><b>No Incluye cargos por Almacenaje.</b></p>	<b>Movimiento</b>	<b>USD 190.05</b>
<b>Removidos Bodega a Bodega – Celda a Celda (Bay to Bay / Cell to Cell) Re-estiba a bordo estiba a bordo</b>	<b>Removido de un contenedor desde una celda en la misma bodega del buque en un (1) solo movimiento en un solo sentido.</b>	<b>Movimiento</b>	<b>USD 95.03</b>
<b>Removidos/re-estiba vía Muelle (Quay)</b>	<b>Removido de contenedores de la bodega del buque, su traslado temporal vía muelle y su posterior embarque en otra bodega o posición en el mismo buque (Descarga y Embarque con apoyo temporal en el muelle o equipo en muelle).</b>	<b>Movimiento</b>	<b>USD 268.31</b>
<b>Descarga de tapa (escotilla, compuerta – pontones - hatch) de bodega</b>	<b>Servicio de movilización a solicitud de la naviera de una escotilla con las grúas que se utilicen en la operación, ya sea que se realice a bordo o haciendo uso del muelle mientras se opere en la bodega. Se duplica en caso de embarque.</b>	<b>Movimiento</b>	<b>USD 95.03</b>

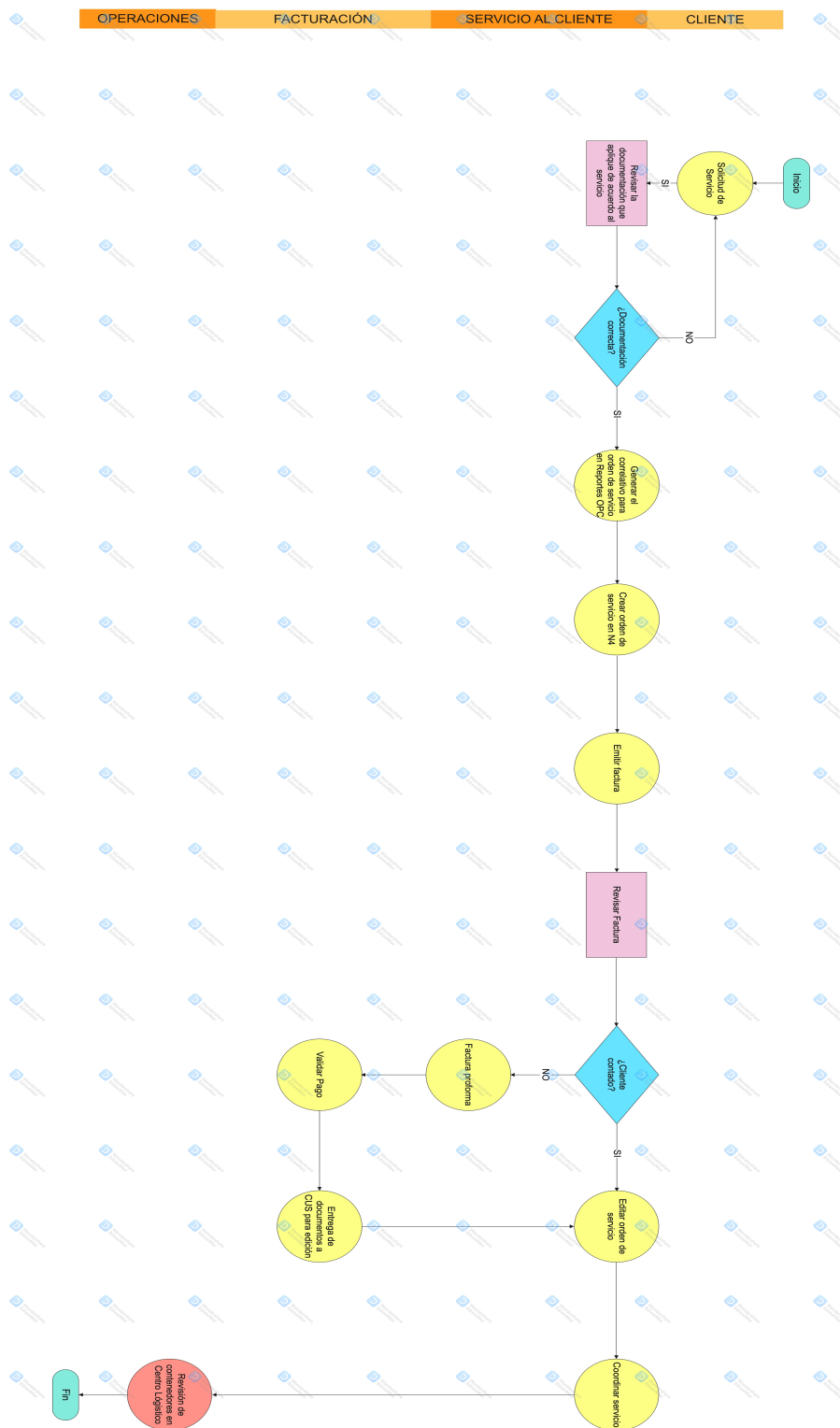


<b>Descarga de Javas ò Cajas de equipamiento (Gear box)</b>	<b>Descarga a solicitud de la naviera de un Java procedente de un medio acuático hasta el costado del buque. La tarifa de esta actividad contempla únicamente la descarga y se duplica en caso que se embarque.</b>	<b>Movimiento</b>	<b>USD 95.03</b>
<b>Ordenamiento o Arrancho de elementos de trinca/lashing</b>	<b>Servicio opcional por acomodamiento u ordenamiento, a solicitud de la naviera, de elementos de trinca a solicitud del armador, línea o personal de administración. Servicio mínimo 3 horas.</b>	<b>Hora (mínimo 3 horas)</b>	<b>USD 11.19</b>
<b>Recargo por Descarga contenedor OOG (Out Of Gauge) 20'/40'/45'</b>	<b>Recargo por operación de descarga de un contenedor fuera de medida ISO –Out Of Gauge- Oversized. Aplica a las cargas que excedan las medidas ISO estándar.</b>	<b>%</b>	<b>15%</b>
<b>Recargo por Descarga contenedor IMO 20'/40'/45'</b>	<b>Recargo por operación de descarga de un contenedor IMO – carga peligrosa.</b>	<b>%</b>	<b>15%</b>
<b>Recargo en días domingo o feriados nacionales</b>	<b>Recargo por operación de removido ò trasbordo en día Domingo o feriado nacional. El recargo se considera para los servicios de carga, descarga, transferencia, gate-in/gate-out recepción y despacho.</b>	<b>%</b>	<b>50%</b>
<b>Recargo en días domingo o feriados nacionales y no laborales</b>	<b>Recargo por operación de removido ò trasbordo en domingo o feriado nacional. El recargo se considera para los servicios de carga, descarga, transferencia, gate-in/gateout- recepción y despacho</b>	<b>%</b>	<b>50%</b>
<b>Recargo IMO</b>	<b>Recargo por operación de removido ò trasbordo de contenedor IMO - carga peligrosa.</b>	<b>%</b>	<b>15%</b>

<b>Amarre y Desamarre</b>	Servicio que se presta a las naves en el amarradero para recibir y asegurar las amarras cambiarias de un punto de amarre a otro y largarlas. Valor máximo a facturar: \$2, 184.87.	Por DWT del buque por ciclo	USD 0.08233
Estadía de la nave en el muelle de 00:00 a 6:00 hrs.	Tiempo de permanencia del buque atracado o amarrado al muelle. Inicia a la hora que se coloca la primera línea y finaliza a la hora de soltar la primera de las bitas	m-eslora-h	USD 0.68
Estadía de la nave en el muelle de 06:00 a 12:00 hrs.	Tiempo de permanencia del buque atracado o amarrado al muelle. Inicia a la hora que se coloca la primera línea y finaliza a la hora de soltar la primera de las bitas	m-eslora-h	USD 0.96
Estadía de la nave en el muelle de 12:00 en adelante	Tiempo de permanencia del buque atracado o amarrado al muelle. Inicia a la hora que se coloca la primera línea y finaliza a la hora de soltar la primera de las bitas	m-eslora-h	USD 1.22
Recargo OOG (Out Of Gauge – Oversized) Fuera de medida o Sobre medida	Recargo por operación de carga/descarga, removido ò trasbordo de contenedor OOG (aplicable a las cargas que excedan las medidas ISO estándar)	%	15%

(Operadora Portuaria Centroamericana, 2021)

Ilustración 14 Diagrama de flujo del departamento comercial y de servicio al cliente



(Fuente: Elaboración Propia)

*Ilustración 15 Aduanas Sin Papeles*



Ilustración 16 Folleto Carga OOG

### Aspectos Ambientales

Para OPC es importante el cuidado del medio ambiente, por lo que es importante seguir las siguientes indicaciones:

- Verificación que el equipo no presente derrame de aceites y/o combustibles.
- Depositar los desperdicios según la segregación establecida.
- Se debe realizar el mantenimiento preventivo y/o correctivo correspondiente a los equipos.
- Evitemos el desperdicio del agua.
- Uso racional de los Recursos naturales.

## Normas de Higiene y Seguridad



- Desplazarse solo por las áreas autorizadas.
- Debe utilizar siempre el EPP básico: Casco de protección, chaleco reflectivo, Zapatos de seguridad con puntera de protección.
- No utilizar celular u aparatos auditivos mientras esta conduciendo.
- No consumir alimentos mientras conduce.
- No exceder el limite de velocidad: 30km/h en bulevar y 10 Km/h en patios y /o muelle.
- Prohibido caminar entre las estibas.
- Las grúas tiene prioridad de circulación.
- Prohibido permanecer o transitar a pie o en vehículo debajo de cualquier equipo o maquinaria o carga suspendida.
- No se permite fumar en muelles, patios y/o equipos.
- Prohibido el consumo de bebidas alcohólicas y/o drogas.
- Uso Obligatorio del cinturón de seguridad
- Solo se permite el descenso de la maquinaria en lugares establecidos. (zona segura de abrir y cerrar twistlocks)

### Normas de Seguridad

 Obligatorio el uso de equipo de protección (EPP) acorde a la zona que visita.	 Prohibido el uso del teléfono celular en las áreas operativa.	 Prohibido tomar fotografías y/o filmar sin previa autorización.
 Prohibido fumar en áreas restringidas.	 Prohibido portar armas corto punzantes o armas de fuego.	 Prohibido el ingreso de persona bajo el efecto de alcohol y/o drogas.



**Operadora Portuaria Centroamericana**  
HONDURAS AN ICTSI GROUP COMPANY

## MEDIDAS DE SEGURIDAD QUE SE DEBEN CUMPLIR PARA EL TRASLADO DE CARGA SOBRE DIMENSIONADA (OOG)



(Fuente: Elaboración Propia)

## Ilustración 17 Folleto Carga OOG

### REQUISITOS DE LOS EQUIPOS

- Los equipos deben contar con luces en buen estado.
- Las luces de los chasis deben estar funcionando correctamente.
- El equipo debe poseer twistlocks en los 4 extremos para poder asegurar la carga correctamente. (Open top, flat rack y/o contenedor)
- El equipo debe tener en parte visible la placa de especificación de capacidad de carga "Safe Working Load" (SWL).
- Las bolsas de aire de suspensión deben estar en buen estado.
- Las llantas de los equipos deben encontrarse en buen estado.
- Los equipos no deben presentar daños estructurales que representen riesgo durante el traslado de la carga.
- Los equipos deben portar un extintor



### VERIFICACIÓN DE LA CARGA



- Verificar que la carga no presente inclinación hacia un lado.
- Verificar que los 4 twistlocks se encuentren cerrados y asegurados.
- Verificar que la carga este segura antes de salir del patio y/o muelle.
- En caso de identificar alguna condición que represente riesgo durante el traslado, comunicar inmediatamente .
- Verificar las condiciones de las llantas una vez se haya subido la carga al equipo, si observa que el chasis tiene contacto con las llantas, comunicar inmediatamente.

### CUMPLIMIENTO DE LOS EQUIPOS

- ✓ Rastras planas con todos sus twist lock en buen estado.



- ✓ Luces de cabezal y chasis en buen estado.



- ✓ Llantas de los equipos en buen estado.



(Fuente: Elaboración Propia)



*Ilustración 18 Team Comercial y Servicio al Cliente*



## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

1. ¿Cómo considera las instalaciones de las Ventanillas de Servicio al Cliente OPC?

Malo            Regular            Bueno            Excelente

2. ¿Cómo considera la comunicación con el personal de las Ventanillas de Servicio al Cliente OPC? Por favor agregue comentario de algún departamento en específico en pregunta #9.

Malo            Regular            Bueno            Excelente

3. ¿Cómo considera el servicio brindado por el área de Facturación en las Ventanillas de Servicio al Cliente?

Malo            Regular            Bueno            Excelente

4. ¿Cómo considera el servicio brindado por el área de Manifiesto en las Ventanillas de Servicio al Cliente?

Malo            Regular            Bueno            Excelente

5. ¿Cómo considera el servicio brindado en la Ventanilla de Servicios Especiales (revisiones, fumigaciones, vaciadas, trasiegos)?

Malo            Regular            Bueno            Excelente

6. ¿Cómo considera la atención brindada por el área de Centro Logístico y Patio de Vehículo)?

Malo            Regular            Bueno            Excelente

7. ¿Cómo considera el servicio brindado por la Ventanilla de Departamento de Ambiente, Higiene y Seguridad Industrial (EHS) En caso de tener algún comentario en específico, por favor agréguelo en la pregunta #9

Malo            Regular            Bueno            Excelente

8. ¿Cómo considera la atención brindada por el personal de Seguridad Física? En caso de tener algún comentario en específico por favor agréguelo en la pregunta # 9

Malo            Regular            Bueno            Excelente

9. Sugerencias y/o comentarios para mejorar nuestros servicios.





Ilustración 21 Diseño de tarjeta de puntos

**Operadora Portuaria Centroamericana**  
 HONDURAS AN ICTSI GROUP COMPANY

SERVICIO AL CLIENTE

NOMBRE


SELLO FECHA	SELLO FECHA	SELLO FECHA	SELLO FECHA	

(Fuente, Elaboración Propia)

Ilustración 22 Observaciones página web

# OBSERVACIONES


### INICIO



Mala distribución de la información y diseño poco atractivo.

Imágenes borrosas y de baja calidad como botones.


### INICIO



Botones de la barra de menú dañados. (No funcionan)


Imágenes borrosas y de baja calidad en la Home page.

### CONTACTENOS



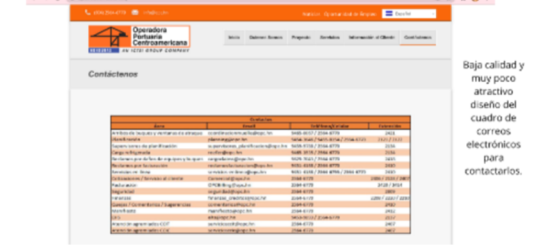
Página dañada

### CONTACTENOS



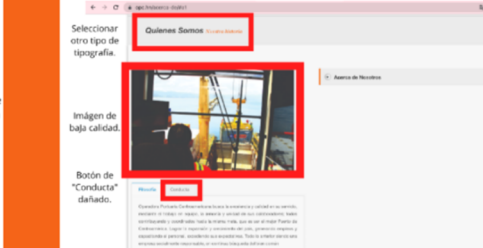
Deben señalar solo los países donde están presentes. (21 países)

### CONTACTENOS



Baja calidad y muy poco atractivo diseño del cuadro de correos electrónicos para contactarlos.


### QUIENES SOMOS



Seleccionar otro tipo de tipografía.


Botón de "conducta" dañado.

### RECLAMOS




Página incompleta. Mala distribución de la información.

### FAQ




Diseño poco atractivo. Se pueden actualizar las preguntas frecuentes.

### PORTAL DE NEGOCIOS



Página del portal de negocios no funciona

### PÁGINA WEB EN UN DISPOSITIVO MÓVIL



El diseño web NO es adaptable. Texto e imágenes montadas no existe una secuencia. Difícil de utilizar desde un dispositivo móvil.

(Fuente, Elaboración Propia)



## COTIZACIÓN – 29 de noviembre de 2021

**Cliente: Operadora Portuaria Centroamericana**

**Desarrollo de Sitio Web tipo informativo.**

- Sitio web informativo.
- Diseño moderno y llamativo.
- Diseño responsivo (se adapta a diferentes dispositivos; smarthphones, tablets, PC)
- Formulario de contacto dinámico.
- Sitio web bilingüe (Español/Ingles)
- Sitio web de 6 paginas (Home,About,Services,Projects,Clients y Contact)
- Chat con WhatsApp desde el sitio web.

*El tiempo para desarrollo de este proyecto es de 09-12 días laborales aproximadamente.*

---

**Pago Único**                      **\$749.00 + isv**

*(\*\* Los textos en ambos idiomas deben de ser proporcionados por el cliente)*

**Notas importantes:**

- Se requiere el pago inicial para poner en marcha el proyecto. (50% del pago inicial)
- Precios no incluyen impuestos
- Este proyecto No incluye mantenimiento ni hospedaje web.
- El cliente debe de proveer accesos de servidor web donde sitio web se instalará.
- Las imágenes de productos y textos deben ser proporcionadas por el cliente
- Para cumplir con el trabajo en tiempo y forma se requiere que **todos** los elementos multimedia y contenidos sean proporcionados por parte del cliente de forma oportuna.
- Esta cotización tiene validez de 15 días a partir de la fecha de entrega.

*(Fuente, Servicios Digitales)*

Ilustración 24 Planes de Udeemy Business

## Enterprise

21 or more users

**Contact sales for pricing**

**Request a demo**

- ✓ Access to 6,000+ courses
- ✓ Custom logo & URL
- ✓ Create and host proprietary courses
- ✓ Custom topics
- ✓ Create user groups
- ✓ International collection
- ✓ Add-on Udeemy Business Pro
- ✓ Mobile app access

## Team

5-20 users

**\$360**

per user / yr (plus applicable taxes)

**Get started now**

- ✓ Access to 6,000+ courses
- ✓ Custom logo & URL
- ✓ Mobile app access
- ✗ Create and host proprietary courses
- ✗ Custom topics
- ✗ Create user groups

(Fuente, Udeemy Business)

Ilustración 25 Cursos de servicio al cliente

Curso de Excelencia en la Atención al Cliente  
4.7 ★ (8 ratings) 30 students

Course Title	Rating	Students	Price
Customer Service Mastery: Delight Every Customer <small>Bestseller 2.5 total hours • Updated 3/2020</small>	4.6 ★	23,647	\$9.99 <del>€64.99</del>
[2022] Customer Service 2.0: Learn Digital Customer Service <small>1.5 total hours • Updated 11/2021</small>	4.5 ★	6,403	\$9.99 <del>€64.99</del>
Your Customer Service Toolbox: Best Practices for Beginners <small>1 total hour • Updated 7/2021</small>	4.6 ★	906	\$9.99 <del>€24.99</del>
Training for Zendesk Administrators <small>Highest rated 3.5 total hours • Updated 9/2021</small>	4.7 ★	814	\$9.99 <del>€64.99</del>
Customer   How to Build a Customer Service Strategy <small>35 total mins • Updated 3/2016</small>	4.4 ★	7,617	\$9.99 <del>€29.99</del>
Brilliant Customer Service: How to Impress your Customers! <small>1.5 total hours • Updated 11/2015</small>	4.5 ★	18,478	\$9.99 <del>€19.99</del>

**\$9.99** ~~€64.99~~ 88% off  
🕒 1 day left at this price!

[Add to cart](#)

[Buy now](#)

30-Day Money-Back Guarantee

**This course includes:**

- 📺 3.5 hours on-demand video
- 📄 5 articles
- 📁 9 downloadable resources
- ∞ Full lifetime access
- 📱 Access on mobile and TV
- 📋 Assignments
- 📜 Certificate of completion

[Apply Coupon](#) [Gift this course](#)

**Training 5 or more people?**  
Get your team access to 6,000+ top Udeemy courses anytime, anywhere.

(Fuente, Udeemy Business)