



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA  
UNITEC**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**

**INFORME DE PRACTICA PROFESIONAL  
INSTITUTO NACIONAL DE MIGRACIÓN**

**SUSTENTADO POR:**

**STEPHANIE ESPINAL PAGAN**

**21051073**

**PREVIA INVESTIDURA AL TITULO DE  
LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y NEG.INTERNACIONALE**

**SAN PEDRO SULA**

**HONDURAS C.A.**

**JUNIO DE 2019**

## Índice

Dedicatoria .....	III
Agradecimiento .....	IV
Resumen Ejecutivo .....	V
Introducción .....	VII
1. Capítulo I .....	1
1.1 OBJETIVOS DE LA PRACTICA PROFESIONAL.....	1
1.1.1 Objetivo General.....	1
1.1.2 Objetivos Específicos.....	1
1.2 Datos Generales de la Empresa.....	2
1.2.1 Reseña Histórica. ....	2
1.2.2 Visión.....	2
1.2.3 Misión.....	3
1.2.4 Valores.....	3
1.2.5 Organigrama. ....	3
2. Capítulo II.....	7
2.1 Actividades Realizadas .....	7
2.1.1 Atención medios de comunicación semanalmente .....	7
2.1.2 Evento de presentación de medalla obtenida en Taiwán .....	8
2.1.3 Investigación nivel de satisfacción de atención al cliente .....	8
2.1.4 Proyecto Agenda Informativa semanal.....	9
2.1.5 Capacitación de Investigación y Análisis .....	9
2.1.6 Organización de evento y empaquetado de obsequios .....	10
3. Capítulo III.....	11
3.1 Propuesta De Mejora Implementada.....	11

3.1.1 Actualización de redes sociales y pagina web .....	11
3.2 PROPUESTAS DE MEJORA .....	14
3.2.1. Implementación de ventanilla de servicio al cliente dentro de las instalaciones del Instituto Nacional de Migración. ....	14
3.2.2 Atención al cliente vía teléfono ( call center) .....	17
4. Capitulo IV.....	20
4.1 Conclusiones .....	20
4.2 Recomendaciones .....	21
4.2.1 Instituto Nacional de Migración .....	21
4.2.2 UNITEC .....	21
4.2.3 Estudiantes .....	21
Bibliografía .....	22
Glosario.....	23
Anexos .....	24

## **Dedicatoria**

En primer lugar, a Dios, por permitirme llegar hasta este punto y culminar la práctica profesional de forma satisfactoria. En segundo lugar, a mis padres y familiares, quienes me han guiado, fortalecido y animado durante el proceso; especialmente a mi madre, quién me ha apoyado durante estos cuatro años y medio de estudios. Por último, a los catedráticos, que me han enseñado tanto durante mis años de preparación. Llevo conmigo las mejores enseñanzas y palabras de ánimos, consejos; que cada licenciado, ingeniero y arquitecto, compartió para ayudar a desenvolverme mejor como estudiante y persona.

## **Agradecimiento**

Primeramente, le agradezco al Instituto Nacional de Migración por permitirme realizar mi práctica profesional en su instituto, ha sido una experiencia inigualable; especialmente a la Lic. Lourdes Arriaga y al Lic. Lisandro Vallecillo quienes se encargaron de enseñarme y aconsejarme durante mi tiempo en la agencia. Finalmente, quiero agradecer a la Ing. Andrea Orellana por todo su tiempo y consejos durante el período de asesoramiento.

## **Resumen Ejecutivo**

El presente informe tiene como objetivo primordial, mostrar detalladamente las actividades realizadas durante la práctica profesional iniciando en el mes de Abril y finalizando en el mes de Junio, en el Instituto Nacional de Migración que incluye diferentes áreas incluyendo trato con instituciones internacionales, en el cual se obtuvo conocimientos laborales para implementar y perfeccionar lo aprendido en las asignaturas cursadas en la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales de la Universidad Tecnológica Centroamericana, UNITEC.

Cada una de las actividades detalladas en este informe fue realizada en el Instituto Nacional de Migración, siendo una institución de gobierno, ofreciendo diferentes servicios como pasaportes, residencias para extranjeros, manejo de entradas y salidas de las personas al país, alertas migratorias y más, de los cuales se brindó una pequeña inducción de cada uno para saber su funcionamiento. Se considera importante la realización de la práctica profesional en esta institución para demostrar los conocimientos adquiridos durante la carrera de mercadotecnia y negocios internacionales, y de igual forma adquirir nuevos conocimientos, habilidades y capacidades en un ámbito laboral con el que no se tenía previa experiencia.

La práctica profesional se inició con la inducción del conocimiento de cada una de las áreas de la institución, en la cual se informó que el departamento de comunicación e imagen de Instituto Nacional de Migración, se formó para establecer la estrategia con la cual se podría medir la satisfacción al cliente y también organizar eventos de la institución.

El departamento ejecuta las funciones de imagen de la institución y sus funcionarios, la comunicación con la ciudadanía y la atención al cliente en el interior y exterior del país.

El documento contiene la elaboración de informes de las diferentes actividades realizadas en el departamento de comunicación e imagen como: organización y montaje de eventos, impulsando y sugiriendo capacitaciones, empaquetado y logística de regalos, atención de medios de comunicación, participación en eventos internacionales. Como requisito de la práctica profesional se elaboró una propuesta de mejora en la cual se realizan estudios y se brindan recomendaciones al Instituto Nacional de Migración y a UNITEC, con el fin de ser implementadas.

Se obtuvo conocimiento acerca del flujo de trabajo dentro del Departamento de Comunicación e Imagen, también se conocieron reglas y leyes que se deben de implementar a la hora de realizar ciertos trabajos. La asignación de trabajos se realiza a través de los gerentes de áreas, estos son quienes planifican todos los eventos o cosas importantes que tienen que cubrir, estos se encargan de planificar todo movimiento que se realiza en la institución.

Por otro lado, también se adquirió conocimiento sobre la importancia del manejo de leyes del país para poderse realizar de forma correcta el trabajo que se realiza en el instituto nacional de migración, cada servicio que brinda el instituto va de la mano con las leyes que existen en el país. Posteriormente se hizo una rotación en varias áreas y a la misma vez logrando conocer los programas que se utilizan para la realización de cada servicio que brinda el instituto, se logró conocer el manejo del sistema Genie, que es el que se utiliza para el área de pasaportes, también se logró conocer el manejo de SINAC, es el sistema que conecta con el banco para la realización de pagos.

Para concluir, el documento presenta las conclusiones, cuales ayudan a verificar si se cumplieron con los objetivos planteados en un inicio, de igual forma refleja un conjunto de recomendaciones dirigidas a entes importantes durante la formación académica y periodo de práctica profesional.

## **Introducción**

La educación profesional universitaria ofrece las herramientas básicas para la formación de futuros líderes profesionales que brindarán sus servicios y entregarán su capacidad técnica en los distintos ambientes laborales donde se desenvolverán. Hoy en día, más y más, las empresas requieren profesionales con experiencia laboral.

La práctica profesional tuvo una duración de 10 semanas consecutivas, por lo que el contenido del presente informe comprenderá una síntesis de las experiencias y aprendizajes obtenidos en el curso de la misma, donde se tuvo el cargo de asistente en el área de imagen y comunicaciones en el Instituto Nacional de Migración.

La información detallada seguidamente en el presente es el resultado de la ejecución y observación de un número de labores cumplidas durante la realización de la práctica profesional. Cada etapa está explicada en los diferentes capítulos siguientes; en el primer capítulo se presentan los objetivos y una breve reseña histórica de la empresa acompañada de la misión y visión de la misma y los objetivos y valores que practica. En el capítulo dos se exponen las actividades asignadas en el puesto desempeñado. Luego, el capítulo tres contiene una propuesta elaborada con la finalidad de contribuir a la mejor ejecución de las operaciones diarias de atención y servicio al cliente de la institución. Finalmente, en el capítulo cuatro se encuentran las conclusiones y recomendaciones, derivadas del análisis de la práctica, dirigidas a la empresa, universidad y estudiante.

## **1. Capítulo I**

En el presente capítulo se podrá observar el planteamiento del objetivo general, así como de los objetivos específicos de la práctica profesional. También se presentarán los datos generales de Instituto Nacional De Migración de Honduras, su historia, misión, visión y organigrama.

### **1.1 OBJETIVOS DE LA PRACTICA PROFESIONAL**

#### **1.1.1 Objetivo General**

Aplicar los conocimientos y habilidades adquiridos al cursar la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales alcanzando las competencias y la capacidad para completar las tareas y roles esperados por el Instituto Nacional de Migración, con el fin de complementar la formación integral, adquirir nuevos conocimientos y poder cumplir con las exigencias de la institución.

#### **1.1.2 Objetivos Específicos**

- Demostrar las habilidades y conocimientos adquiridos durante la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales, que puedan ser de utilidad para mejorar el servicio que brinda el Instituto Nacional de Migración.
- Conocer las diferentes áreas de trabajo que maneja el Instituto Nacional de Migración para de esta forma poder plantear y sugerir ideas que puedan ayudar con la mejora de los servicios brindados por la institución.
- Proponer mejoras que puedan ayudar a la institución a mantener o a elevar su nivel de atención al cliente y que a su vez contribuya en el desarrollo de los objetivos.

## **1.2 Datos Generales de la Empresa**

### **1.2.1 Reseña Histórica.**

Inicialmente, se creó en Tegucigalpa una oficina de colonización, fundada por la Ley Agraria, y dependía de la Secretaría de Estado en el Despacho de Gobernación y Justicia, la cual controlaba el servicio de los comandantes de puertos y gobernadores de los departamentos, cónsules y agentes de inmigración en el exterior. En 1965 se creó un departamento especial para que atendiera de forma centralizada todo lo relativo al aspecto migratorio, el cual fue adscrito al Cuerpo Especial de Seguridad dependiente del Ministerio de Defensa y Seguridad Pública, con un total de siete personas. En el año 1970 se crea la Dirección General de Población y Política Migratoria, mediante decreto #34 del soberano Congreso Nacional de fecha 25 de septiembre de 1970, con sede en la ciudad de Tegucigalpa, departamento de Francisco Morazán. El 13 de diciembre del año 2003 se aprueba una nueva Ley de Migración y Extranjería, bajo el decreto legislativo No. 208-2003, el cual entró en vigencia el 03 de mayo del año 2004 con nuevas disposiciones que finalizaron en el 2014. Actualmente el encargado de regular la política migratoria del Estado es el Instituto Nacional de Migración que se crea a partir del artículo 6 del decreto Ejecutivo PCM 031-2014 del 02 de Julio de 2014, donde establece que se suprime la Dirección General de Migración y Extranjería contenida en el decreto Legislativo 208-2003 y sus reformas y se sustituye por el Instituto Nacional de Migración. (instituto nacional de migracion:historia, 2016)

### **1.2.2 Visión.**

Brindar una efectiva gestión en los flujos y servicios migratorios a nacionales y extranjeros de manera transparente y segura, sustentados con tecnologías de sistemas de información fortaleciendo la seguridad con cultura humanitaria y servicio al ciudadano. (Instituto Nacional de Migracion:mision y vision, 2016)

### **1.2.3 Misión.**

Ejercer el control y regulación como máxima autoridad en materia migratoria a nacionales o extranjeros en el marco de la protección de sus derechos y seguridad, en aplicación de la ley de migración y extranjería y la política migratoria del Gobierno de la Republica de Honduras mediante una gestión migratoria moderna, dinámica y transparente. (Instituto Nacional de Migracion:mision y vision, 2016)

### **1.2.4 Valores.**

- Transparencia
- Credibilidad
- Eficiencia y eficacia
- Compromiso (Instituto Nacional de Migración: Objetivos y Valores, 2016)

### **1.2.5 Organigrama.**

Instituto Nacional de Migración presenta la siguiente organización, como se puede ver en la Ilustración 1, su estructura en cuanto a autoridad se presenta de forma descendente. A continuación, se describen brevemente cada uno de los puestos establecidos en el organigrama de la institución:

**Presidente de la Republica:** es la máxima autoridad de nuestro país, tiene la responsabilidad de tomar decisiones definitivas y formar la estructura de la institución.

**Secretario de Estado en el Despacho Derechos Humanos, Justicia, Gobernación y Descentralización**

**Dirección Ejecutiva:** también conocido como CEO, este tiene la responsabilidad de toda la operatividad de la institución. Este nivel de responsabilidad exige al CEO un liderazgo mayor y la capacidad de conocer la institución de manera integral.

**Sub-Dirección:**

**Unidad de auditorías:** es el órgano encargado del control interno y que tiene como fin entender la planificación, programación y ejecución de las tareas de auditorías.

**Políticas Migratorias:** es el órgano encargado de establecer y aplicar las políticas de desplazamiento de personas de un estado a otro.

**Secretaria General:** es el área encargada de velar y tomar el control de la custodia de los documentos y expedientes que se manejan dentro de la institución.

**Planificación y cooperación externa:** es el departamento encargado de proyectar ante las instituciones internacionales los avances y necesidades del instituto para de esta forma lograr obtener ayudas o recursos.

**Gerencia de comunicación e imagen:** es el encargado de planificar, organizar, dirigir y supervisar las actividades y actos protocolares de la institución y la difusión de las obras y acciones de desarrollo local, que ejecuta la institución en beneficio de la población.

**Tecnología:** son los encargados del mantenimiento y administración de sistemas utilizados en la institución, y atención y soporte a usuarios del servicio.

**Gerencia legal:** es el asesor interno que se encarga de cuidar que la institución cumpla con la normativa vigente, supervisar legalmente las actividades. También estableciendo la estrategia de la defensa de los intereses legales de la institución.

**Gerencia de talento humano:** esta área es la responsable de la dimensión humana en la institución, este se encarga de contratar personas, capacitar empleados y proporcionar ambientes que motiven y ayuden a la productividad de la institución.

**Gerencia de administración y finanzas:** es el encargado y responsable de programar, dirigir, controlar y supervisar los recursos económicos, financieros y materiales que requieran las diferentes áreas de la institución.

**Gerencia de pasaportes:** este es el encargado de supervisar, dirigir, verificar que todo relacionado con el documento de viaje este en excelente condición.

**Derechos Humanos atención al migrante:** se encarga de velar y vigilar que el migrante pueda ejercer los derechos que bajo ley los respaldan.

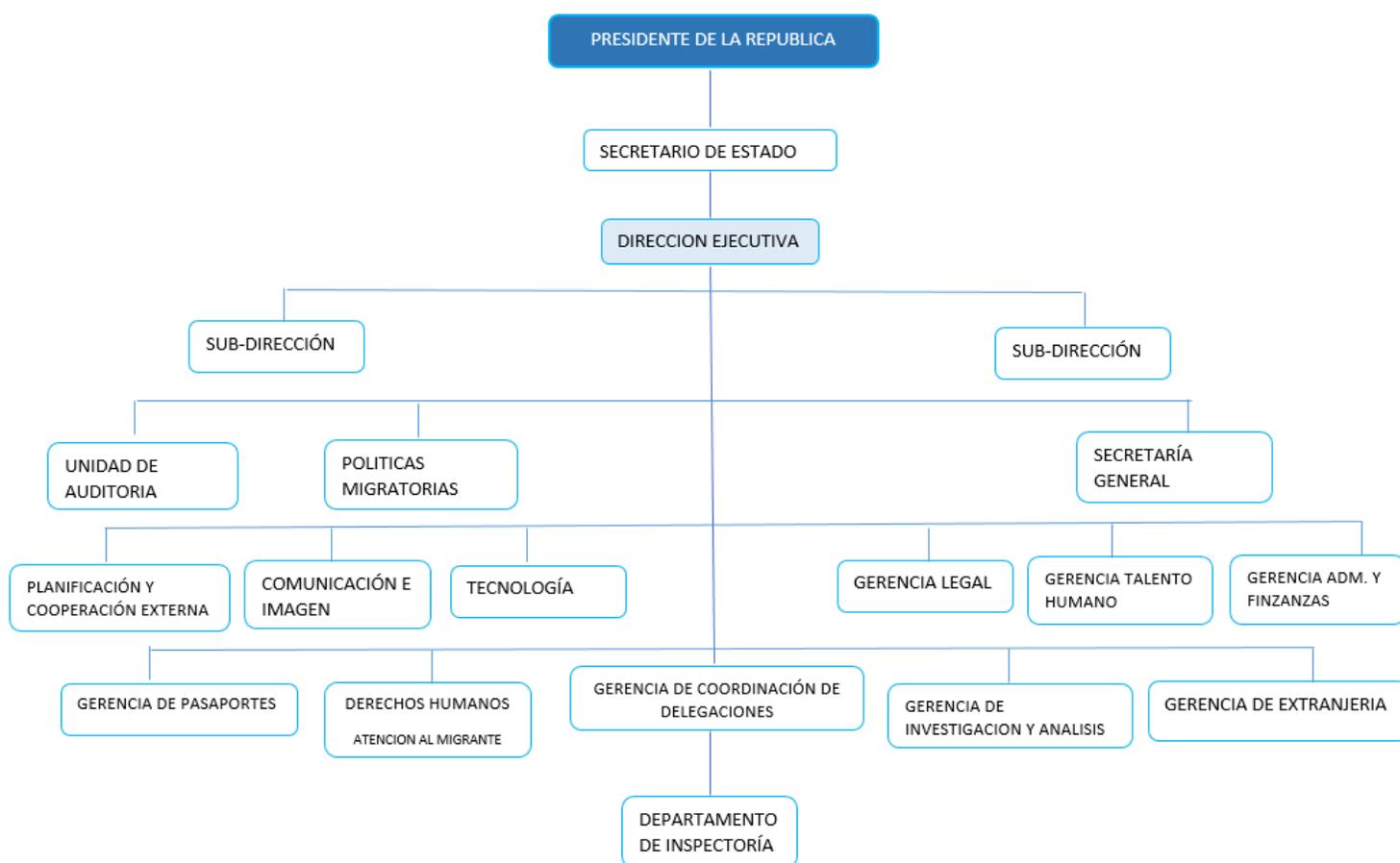
**Gerencia de coordinación de delegaciones:** se encarga del control a nivel nacional de todas las delegaciones marítimas, terrestres y aéreas, es vigilante de la regulación, aplicación y control del ingreso y egreso de nacionales y extranjeros.

**Gerencia de investigación y análisis:** es la responsable de alertas migratorias, del dictamen de visas consultadas y garantizar el cumplimiento de las residencias y permanencias otorgadas a extranjeros.

**Gerencia de extranjería:** es la encargada de velar y hacer que se cumpla la ley de migración de nuestro país para con los extranjeros.

**Departamento de inspectoría:** es la responsable de las inspecciones a lugares públicos y privados, hoteles y similares. Detención y custodia de extranjeros en situación irregular. Realización de operativos en conjunto con las diferentes instituciones del estado.

Ilustración 1. Organigrama del Instituto Nacional de Migración



Fuente: INM, Datos Generales INM, 2019

## **2. Capítulo II**

En el presente capítulo se detallan todas y cada una de las actividades asignadas en el departamento de comunicación e imagen de la institución, este departamento es el encargado de realizar investigaciones de atención al cliente, de dirigir, controlar y difundir las obras, acciones e información que brinda o que realiza la institución. Asegurándose que todos los procesos de los mismos estén a tiempo y en perfecto desarrollo.

### **2.1 Actividades Realizadas**

#### **2.1.1 Atención medios de comunicación semanalmente**

La institución realiza una o dos veces a la semana entrevistas y brinda información a medios de comunicación, ya sea prensa, radio o para programas de televisión. Estas entrevistas se realizan dentro de las instalaciones del Instituto Nacional de Migración, los medios de comunicación visitan la institución y en la misma se atienden de la mejor manera brindándoles la información que ellos necesitan, siempre y cuando sea información que se pueda revelar o que esté en manos de las personas encargadas de dar dichas entrevistas. La persona encargada y asignada para dar estas entrevistas es la delegada de la institución.

Para la realización de estas entrevistas semanales se apoya en el área de información a brindar a los medios, debemos controlar la información que sale de nuestra institución siempre velando que la misma sea correcta y no alterada. También se apoya en el área de imagen a la hora de que las cámaras empiecen a tomar fotos o videos, debemos asegurarnos que los camarógrafos no sobrepasen los límites que se tienen establecidos, como por ejemplo las áreas que no pueden pasar porque en esas áreas se maneja documentación o información privada de la institución o también datos e información de todas las personas que solicitan ya sea pasaportes o permisos de estadías, también se manejan datos privados de los hoteles de la zona.

### **2.1.2 Evento de presentación de medalla obtenida en Taiwán**

A nivel mundial se imparte un curso de Desarrollo Nacional en la República de China, en la universidad de Defensa Nacional, este curso tiene duración de 1 mes. Para esta capacitación invitan a diferentes países, y cada país manda su representante del área de migración de los mismos. En dicho evento se otorga medalla y diploma a la persona que tenga el mejor desempeño sobresaliente durante el curso y que sea capaz de aportar conocimiento en el mismo, en cuanto a los temas tratados en la capacitación, esta medalla se debe de presentar al consulado de Taiwán que se ubique en el país que se lleva la medalla. En este curso se tocan temas como la migración, como manejar el migrante, medidas de seguridad del documento de viaje en este caso el pasaporte y medidas para tratar con los extranjeros.

En esta ocasión fue la Licenciada Lourdes Arriaga, Delegada de Migración, la representante de nuestro país. Por sus conocimientos y aportes logro traerse la medalla y diploma para nuestro país. Visitamos el consulado, y llevamos a cabo el evento de presentación de la medalla para que de esta forma fuese validada por el cónsul Benito Liao, manejamos los medios de comunicación y todo lo necesario para desarrollar el evento de la mejor manera.<sup>1</sup>

### **2.1.3 Investigación nivel de satisfacción de atención al cliente**

Se realizó una investigación para medir la satisfacción de atención al cliente dentro de las instalaciones del Instituto Nacional de Migración.

Como parte de mi práctica profesional tuve la opción de dar una sugerencia a mis jefes de área, ya que como en toda empresa o institución que brinda un servicio se debería de tener más pendiente que es lo que los usuarios opinan, de esta forma podríamos ver en qué áreas mejorar o que áreas estamos haciendo mal o bien el trabajo.

La actividad fue crear una encuesta con preguntas sencillas, fácil para el usuario y rápida de responder. Formamos las preguntas en cuanto a los temas que más nos interesaba saber que piensan los usuarios, aplicamos las encuestas dentro de las instalaciones del Instituto Nacional de Migración, esta actividad tuvo una duración de una semana, logramos aplicar alrededor de 350-450 encuestas. Se realizó la encuesta, luego se envió al Área de Publicidad e Imagen y estos mismos aprobaron las preguntas que iban a reflejarse en la encuesta, luego se imprimieron la

---

<sup>1</sup> Anexo 1 : presentación medalla adquirida en Taiwan

cantidad de encuestas que logramos definir como la media y seguidamente se empezaron a aplicar a los usuarios que visitaban la institución durante el tiempo establecido anteriormente.

Gracias a esta actividad la institución logro conocer en qué áreas está fallando y que áreas está mejorando y deben de seguir trabajando. (migracion, 2019).<sup>2</sup>

### **2.1.4 Proyecto Agenda Informativa semanal**

Como Departamento de Publicidad e Imagen se llegó a un acuerdo que no se estaban manejando las redes sociales adecuadamente, no se estaba brindando la información necesaria a las personas que visitan el perfil de la institución en Facebook para ser exactos. Una página social debe de manejar todas y cada una de las actividades que realiza la empresa o institución y más cuando dicho lugar es institución de gobierno. Después de una reunión y realizar una lluvia de ideas de cómo se podía realizar algo corto y significativo para poder compartir en las redes sociales, algo para que se pudiera mantener al día a las personas de las actividades realizadas por el Instituto Nacional de Migración. Se llegó a un acuerdo de realizar el proyecto de Agenda Informativa Semanal, este proyecto tiene como primer fin, lograr recolectar, informar, mostrar y explicar en forma breve las actividades, ayudas, capacitaciones o eventos que realiza la institución. Se deberá tener en lista todo tema con explicación y foto a la semana de lo que se subirá a las redes sociales. Logrando de esta forma mantener activa la página social, y también lograr que las personas se enteren de que está pasando o que está realizando el Instituto Nacional de Migración. Para realizar este proyecto se diseñó un formato para colocar la información e imágenes, también se tuvo que asignar a una persona que estuviera al tanto de todas las actividades de la institución y que se supervisaran dichas actividades, de esta forma tendríamos las explicaciones de cada una.<sup>3</sup>

### **2.1.5 Capacitación de Investigación y Análisis**

El Instituto Nacional de Migración se encarga de todas las entradas y salidas que realizan las personas extranjeras o nacionales al país. Es necesario que se mantenga en constante renovación de información, deben de tener la información más actualizada para poder brindar un mejor servicio. Esta capacitación fue impartida por el Departamento de Investigación y Análisis del

---

<sup>2</sup> Anexo 2: resultados encuesta de atención al cliente

<sup>3</sup> Anexo 3: agenda informativa

Instituto Nacional de Migración, en dicha capacitación se dio una breve introducción sobre el proceso que se realiza es la misma dependencia, también fue enfocada fuertemente en lo que se le llama alertas migratorias, además de la importancia que tienen dichas alertas para la salida o entrada de los ciudadanos que aparecen en el mismo sistema.

Para esta actividad se preparó el área de la capacitación, se incorporaron todos los elementos necesarios para que la misma fuese exitosa y que dejase una excelente adquisición de conocimientos a las diferentes personas que recibieron la capacitación. Se recibió a las personas que impartirían la capacitación, que eran abogados de Tegucigalpa, se colocaron mesas, sillas, computadoras, data show etc. Se realizó un coffee break y finalizó después de 3 horas de duración la capacitación. (Barrios, 2012).<sup>4</sup>

### **2.1.6 Organización de evento y empaquetado de obsequios**

Debido al día de la madre, el Instituto Nacional de Migración decidió dedicarles un día en especial a las madres y se realizó un almuerzo para esto. Se realizó durante una semana la organización y logística del evento, se buscó el lugar más acogedor para alquilar el espacio, se alquilaron sillas, mesas y demás. También se realizaron los centros de mesas y adornos para decorar el mismo salón, se creó un cuadro para las fotografías y abanicos especializados.

Se realizó durante la misma semana la compra de los obsequios para cada madre y un obsequio en especial para la madre del instituto. Se empaquetaron todos los obsequios que se les darían a todas las madres el mismo día.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Anexo 4: capacitación

<sup>5</sup> Anexo 5: organización de evento

### **3. Capítulo III**

En el presente capítulo se encuentran las propuestas de las áreas que pueden ser mejoradas en la institución, que en este caso consisten en propuestas que pueden ayudar a Instituto Nacional de Migración a generar una mejor imagen y aumentar los buenos comentarios en cuanto al servicio que se brinda en esta institución de gobierno

#### **3.1 Propuesta De Mejora Implementada**

##### **3.1.1 Actualización de redes sociales y pagina web**

Durante la práctica profesional se realizaron observaciones en todas las áreas de la institución, se encontró una falta de atención y falta de manejo a las pagina que la institución ya posee. Se manejan dos páginas, una de red social en Facebook y otra que es una página web, ambas están sin información actualizada y sin ser utilizadas de la mejor manera para poder sacarle el mejor provecho a dichas páginas.

###### ***3.1.1.1 Antecedentes***

Toda institución de gobierno hoy en día maneja una página en redes sociales, de esta manera se dan a conocer lo que dicha institución realiza, las actividades que se llevan a cabo, información valiosa para el ciudadano que es lo más importante. El Instituto Nacional de Migración ya cuenta una página web y una cuenta en la red social de Facebook, pero estas dos páginas no se mantienen en constante actualización de información para que el usuario despeje sus dudas generales, se entiende que hay temas delicados y para despejar dichos temas se debe de tener una ventanilla dentro de las instalaciones de la institución. También se debe de actualizar las redes sociales en cuanto los eventos, proyectos y demás que realiza la institución. (comunicua, 2018)

###### ***3.1.1.2 Descripción de propuesta***

En primer lugar, se propone la actualización de la página web del instituto ya que esta página no está completa y se reciben muchas quejas por lo mismo, se debe de enumerar y clasificar los

requisitos más importantes que exige el instituto al ciudadano , seguidamente se propone mantener al día las cuentas de redes sociales, en este caso Facebook, es una página que existe pero que no se utiliza de la mejor manera se debe de actualizar y estar posteando información de mucha importancia para el ciudadano. Se propone crear un proyecto pequeño de una agenda informativa semanal, que consiste en recolectar información importante para el ciudadano durante la semana y que esta información se esté posteando en la página de Facebook, de esta forma se tendrá más interacción en la página de Facebook y se podrá medir de mejor manera los datos que se requieren en la página, ya existiendo un movimiento más seguido y posteando información mínimo una vez a la semana se empezaran a notar cambios y se podrá medir cuantas personas están visitando o solicitando información en las redes sociales. Se debe de mantener un espacio donde los ciudadanos puedan enterarse acerca de lo que está haciendo la institución, ya que al ser de gobierno se realizan muchas actividades tales como, proyectos, eventos, ayudas, mejoras y demás. Estos son datos importantes que deberían de ser reflejados en las redes sociales para que la ciudadanía se entere de lo que está sucediendo y de lo que se realiza por parte de los fondos recibidos por esta institución. Se manejan los datos de las visitas en la página de Facebook de la institución, dichos datos demuestran que la pagina no esta teniendo el impacto que se esperaba cuando se decidió abrir esta red social. <sup>6</sup>

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

Se espera que, con el manejo correcto de la página web y la actualización de información en la página de Facebook, se logre ayudar a los usuarios en cuanto a no necesitar moverse de sus hogares y hacer gastos innecesarios si logran encontrar respuestas a sus preguntas básicas en las redes sociales o en la página web de la institución. Se espera que con la implementación del proyecto de agenda informativa semanal se logre crear un impacto mayor en cuanto a las reacciones y visitas de la página de Facebook de la institución. Ver ilustración 1. Podemos medir la mejora en las redes sociales, bastaría con ver el crecimiento de seguidores en el plazo de dos a tres meses a partir de la actualización de información en las mismas, también se espera que mediante estas páginas los usuarios tengan la libertad de hacer preguntas y obtener su respuesta en el tiempo más corto posible. Es posible medir el impacto que se tendría en las redes sociales haciendo uso de diferentes

---

<sup>6</sup> Anexo 6: datos página de Facebook

herramientas para la medición de crecimiento en cuentas de redes sociales, como por ejemplo Simply Measured, y también haciendo el uso de las métricas adecuadas se describen y se mencionan en la siguiente tabla. Ver tabla 1.

*Ilustración 1: Proyecto agenda informativa semanal.*



Fuente: INM, 2019

*Tabla 1: Métricas para medir impacto en las redes sociales*

Métrica	Descripción
Alcance	Numero de fans de página que han visto una publicación determinada.
Interacción	El número de personas que hace clic en cualquier lugar de la publicación. "me gusta"
Porcentaje de clics	Número de personas que han hecho clic en un enlace del contenido, que ha visto videos o que han visto una versión ampliada de una foto.
Comentarios negativos	Cuenta el número de usuarios a los que realmente no les gusto el contenido.

(Ernoult, 2013)

## **3.2 PROPUESTAS DE MEJORA**

Durante la práctica profesional se realizaron observaciones en todas las áreas de la institución, se encontró una debilidad en el área de servicio al cliente, esto consiste en que no existe una ventanilla o una cabina que sea específicamente para la atención, solución y despejar las dudas de los usuarios, esto dando como resultado el desorden dentro de la institución, la molestia de los usuarios y dando entrada a malos entendidos.

### **3.2.1. Implementación de ventanilla de servicio al cliente dentro de las instalaciones del Instituto Nacional de Migración.**

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

Toda institución de gobierno que presta un servicio son vistas de la peor manera en nuestro país, como instituciones ineficientes y que brindan un mal servicio al cliente. El Instituto Nacional de Migración no está fuera de este círculo de críticas, se atienden alrededor de 350-400 personas diarias de las cuales el 40% se queja de la atención que se le brinda. La institución en las instalaciones de san pedro sula no cuenta con un espacio para atención de quejas, dudas o consultas de los ciudadanos. Esta parte está afectando tanto a la institución como a los usuarios, a la institución porque se mantiene la idea de que es una institución de gobierno ya se tiene predispuesta la imagen que es una institución que no funciona, que no se puede esperar una atención al cliente de alta calidad y que está mal organizada. A los usuarios les afecta aún más, ya que como no existe dicha ventanilla los usuarios deben de acudir a terceras personas que no conocen acerca de la institución, les brindan la información incorrecta y lo único que hacen estas personas es ganar monetariamente, es aquí donde se crea la imagen que las instituciones de gobierno están solo para hurtar el dinero de las personas.

### 3.2.1.2. Descripción de la propuesta

Se propone la implementación o la apertura de una ventanilla específicamente para atención al cliente dentro de las instalaciones de la institución.

La importancia de que una empresa o institución que brinda un servicio al ciudadano tenga una ventanilla específica para despejar dudas o brindar información es indispensable, es de la única manera que el ciudadano logra obtener la información correcta, se logra escuchar de la mejor forma las quejas o sugerencias de los usuarios, se puede brindar documentación como tarjetas con información, volantes o folleto con las respuestas a las preguntas más frecuentes de los usuarios.

Como es una ventanilla que todavía no existe se tendrá que invertir un pequeño porcentaje para poder realizar la misma, podemos ver el cuadro con la descripción de un estimado de un desglose de gastos para implementar dicho espacio. Ver tabla 2 (R., 2015)

*Tabla 2: Desglose de presupuesto para ventanilla*

	Cantidad	Precio (presupuesto)
Computadora	1	8000
Escritorio	1	2500
Silla	1	1500
Herramientas de oficina	necesaria	2000
Personal para ventanilla	1	12,000 mensual

Fuente: fuente propia

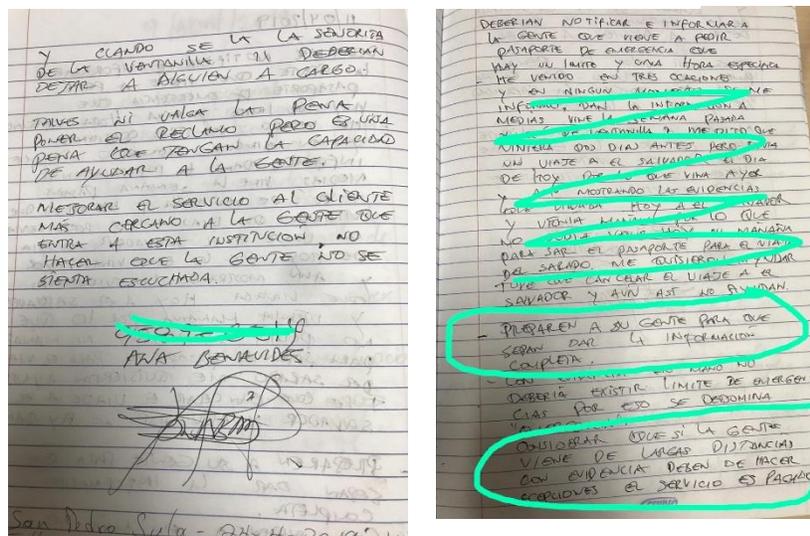
Se debe de aclarar que la persona que se necesita en la ventanilla debe de ser alguien capacitado y que maneje todas las áreas y departamentos que forma el instituto nacional de migración, como sabemos en una ventanilla de atención al cliente se deben despejar todo tipo de dudas, consultas o sugerencias acerca de la institución completa. Cabe mencionar que varias de los mobiliarios necesarios para la apertura esta ventanilla ya es existente en el instituto, solamente que se mantienen en bodega sin uso, se podría decir que en este caso no se necesitaría realizar el gasto completo.

### 3.1.1.3 Impacto de la propuesta

Se espera que con la implementación de la ventanilla de servicio al cliente se logre mantener el orden dentro de la institución, formar a las personas a mantener el orden que se desea en la institución y que se respete las funciones de cada una de las ventanillas existentes en la institución. Igualmente, que se logre mejorar la imagen del Instituto Nacional de Migración en cuanto al servicio que brinda al público, como se ha mencionado antes la institución está posicionada en la mente de los usuarios como que se brinda una pésima atención al cliente, ya que en años anteriores se manejaba de una forma muy diferente a la que se puede notar se maneja en este tiempo, existe un cambio totalmente a favor de la institución, pero se necesita seguir buscando la mejora en cuanto a atención al cliente.

La importancia de una ventanilla para aclarar dudas acerca del Instituto Nacional de Migración, es fundamental tanto como para el ciudadano como para la misma institución. Está de más decir que una ventanilla de servicio al cliente puede aumentar las críticas favorables para la institución, con esta ventanilla se lograra despejar y aclarar dudas de los usuarios de la forma correcta, sin costos adicionales ni mal informando al ciudadano, de esta forma se evitaran muchas quejas de mal información que brindan terceras personas en las afueras de la institución, ya que muchas personas al no existir esta ventanilla específica para aclarar dudas, se avocan a las personas incorrectas que está en las afueras de la institución. Se espera reducir las quejas negativas en cuanto al servicio al cliente y las quejas de las personas que exigen tener un espacio o a una persona a quien acudir para ayudarles con sus inquietudes. Ver ilustración 1

Ilustración 1: Ejemplo quejas de los usuarios



### **3.2.2 Atención al cliente vía teléfono ( call center)**

Durante la práctica profesional se realizó una investigación de atención al cliente, para esto aplicamos encuestas a las personas que visitaban la institución, la encuesta era acerca de la atención que se le brinda al ciudadano a la hora de preguntar sus dudas, en esta encuesta implementamos la pregunta acerca de la atención al cliente vía telefónica, y para resultado logramos entender que es totalmente necesario tener esta atención por muchos y diferentes motivos. (center, 2016)

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

Toda empresa o institución que brinda un servicio al cliente maneja un área específica para atender las inquietudes de los usuarios vía teléfono, tener esta atención al cliente ayuda a que las personas clasifiquen su atención desde antes de visitar el lugar físicamente. Hoy en día se sabe que todo es tecnológico y todo se hace vía teléfono para evitar la fatiga de las personas. El instituto nacional de migración atiende al día alrededor de 300-400 personas, la mayoría de ellas se queja que existe un número telefónico pero este mismo nunca es atendido. La institución no cuenta con un personal capacitado, específico y dirigido a la atención de este teléfono. Tal vez hay empresas o instituciones que deciden no habilitar este tipo de atención al cliente ya sea por miedo a que exista una mala imagen para con la institución, pero al no tener esta atención también están dando una mala imagen de atención al cliente al ciudadano. Otro punto por lo cual deciden no habilitar esta atención vía teléfono porque se supone abaratar costos, pero por cada centavo ahorrado existe un usuario quejándose de lo pésimo que es tener que movilizarse desde donde este para ir hasta el lugar a hacer una pregunta totalmente sencilla que pudo ser aclarada con una simple llamada de tres segundos. Desde ese instante se debe de pensar en la imagen de la institución e intentar aumentar el grado de satisfacción al cliente que se está mejorando increíblemente hace dos años para la institución.

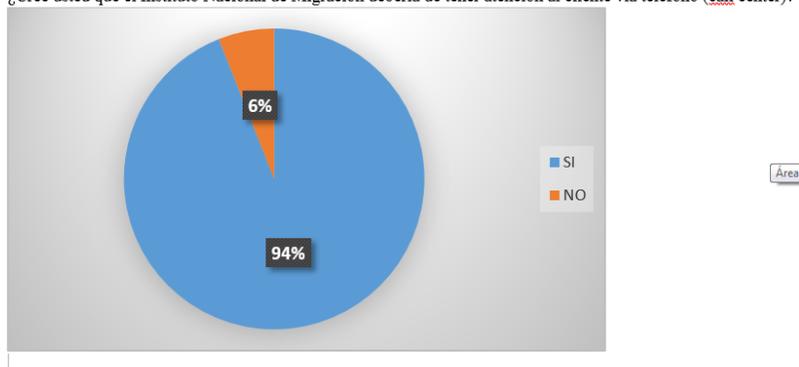
#### ***3.2.2.2 Descripción de la propuesta***

Se propone a la institución habilitar un área específica dentro de las instalaciones donde esté ubicado un call center, como se le llama al área de atención al cliente vía teléfono. Gracias a la

investigación que se lograron obtener a través de las encuestas aplicadas a los usuarios (ver ilustración 2 ), se logró encontrar la necesidad que está exigiendo el usuario, se quejan porque no existe atención vía teléfono, esto muchas veces le ocasiona al usuario gastos porque se tienen que mover de su hogar hasta las oficinas solamente, en muchas ocasiones, a realizar una pregunta totalmente sencilla, debemos aclarar que como es una institución que brinda un servicio necesario para todo tipo de ciudadano, se recibe personas de bajo-medio recursos, estas son las personas que son aún más afectadas por los gastos a la hora de moverse de su lugar de residir hasta las oficinas a hacer una consulta que podría ser perfectamente aclarada a través de una llamada sin necesidad de un gasto económico extra para la persona. La institución ya cuenta con líneas telefónicas activadas, pero estos teléfonos están ubicados en áreas donde el personal está realizando su trabajo y como es un trabajo delicado que requiere de concentración, los teléfonos se dejan a un lado sin tomarle la importancia que tienen estas líneas telefónicas. Esta mala ubicación de estos teléfonos afecta el trabajo que están realizando los empleados, porque se les exige que si el teléfono suena deben contestar y aclarar cualquier duda o pregunta que tenga el ciudadano que este llamando, esto desconcentra al empleado del trabajo que está realizando y muchas veces ocasiona errores en el trabajo y estos errores cometidos son pérdidas para la institución. Como se está explicando la institución ya cuenta con los teléfonos, esto no generara un gasto extra para la institución, simplemente se debe de ubicar un área específica para esta atención telefónica y que exista una persona correctamente capacitada, formada y preparada en todas las áreas que maneja el instituto para que el trabajo de esta persona sea específicamente brindar atención al cliente vía teléfono.

*Ilustración 2: resultado encuesta*

10. ¿Cree usted que el Instituto Nacional de Migración debería de tener atención al cliente vía teléfono (call center)?



Fuente: fuente propia

### 3.2.2.3 Impacto de la propuesta

Con la implementación de esta área de atención al cliente vía teléfono, se espera, primero, ahorrarle el disgusto al usuario de tener que moverse de su hogar hasta la oficina para realizar una pregunta, consulta o duda que puede ser despejada perfectamente por una llamada que duraría un minuto. Desde este momento al implementar esta atención se estaría brindando una mejor atención al cliente. También se logrará reducir las quejas de los usuarios exigiendo esta atención, se reducirá inmediatamente los usuarios que llegan a las instalaciones de la institución ya con mal genio y con mal trato, molestos porque tuvieron que atravesar media ciudad para poder aclarar una pregunta que talvez no tiene una respuesta que ellos esperaban. En segundo lugar también se espera que implementando este espacio aparte para atención de teléfonos, los empleados que en estos momentos tiene que atender los usuarios presentes y también atender llamadas, logren dedicarse, enfocarse y concentrarse más en el trabajo que está realizando sin necesidad de estar pendientes o al tanto de las llamadas que se están recibiendo al día en la institución, también de esta forma se reducirá los errores que se comenten en el trabajo por no mantenerse concentrado en el mismo, se utiliza como ejemplo el área de pasaportes, se mantiene un estimado de pasaportes malo por varios factores uno de estos factores es la falta de concentración de los empleados ya que tienen que atender llamadas en lugar de estar enfocados en su trabajo. Ver tabla 3. También se aumentará rápidamente la mejora de la atención al cliente, será una institución un poco más innovadora y tecnológica.

*Tabla 3: Estimado de pasaportes malos*

Pasaportes malos a la semana	Pasaportes malos al mes	Pasaportes malos al año
15	60	720

Fuente: Datos área de pasaportes

## **4. Capítulo IV**

En este capítulo se presentan las conclusiones finales de lo que comprende este informe de práctica profesional, también se presentan las recomendaciones respectivas para la empresa, la universidad y los alumnos.

### **4.1 Conclusiones**

- Durante la práctica profesional se logró aplicar habilidades y conocimientos adquiridos durante el desarrollo de cada una de las asignaturas cursadas en la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales, a su vez se logró realizar cada una de las actividades asignadas en el periodo de práctica profesional de forma responsable y eficiente.
- En el tiempo de duración de la práctica profesional se logró conocer la mayoría de las áreas que conforma el Instituto Nacional de Migración, sirviendo de gran ayuda este conocimiento se logró establecer las necesidades prioritarias para propuestas de mejoras.
- Se logró identificar las áreas débiles en el servicio al cliente de la institución y de esta forma se establecieron las propuestas de mejora para la misma área afectada. Se sugirió el manejo correcto de la tecnología y redes sociales para aumentar la satisfacción del cliente. Como proyecto más amplio se logró detectar la necesidad de un espacio debidamente adecuado para atención al cliente, ya que se carece de este espacio en específico dentro de las instalaciones.

## **4.2 Recomendaciones**

### **4.2.1 Instituto Nacional de Migración**

Se recomienda aceptar positivamente las propuestas de mejora que ayuden al crecimiento de su atención al cliente, manejar positivamente las redes sociales y mantenerlas activas con información importante para el ciudadano, se recomienda elaborar un plan de capacitaciones para empleados y de igual forma siempre buscar la mejor manera de apoyar a sus empleados.

### **4.2.2 UNITEC**

Se le recomienda continuar actualizando el pensum de la carrera, brindando la oportunidad de ampliar los conocimientos básicos de marketing, específicamente en marketing digital y neuromarketing, ya que el mercado laboral demanda amplios conocimientos debido a los cambios tecnológicos, también ampliar conocimientos para atención al cliente y medidas de satisfacción al cliente.

### **4.2.3 Estudiantes**

Se les recomienda mostrar profesionalismo adquirido durante su carrera universitaria, en su práctica profesional o en el trabajo, siendo una persona con iniciativa propia, respetuosa, responsable y entusiasta, no tener miedo a poder aportar conocimientos o ideas en relación a una mejora continua de los procesos de la empresa y sobre todo constantes y mantenerse actualizado según los cambios que van surgiendo a diario.

## Bibliografía

- Barrios, Y. (2012). *pymeempresario*. Obtenido de pymeempresario: <https://www.pymempresario.com/2012/07/la-importancia-de-la-capacitacion/>
- center, c. (2016). *enlace contact center*. Obtenido de <https://www.enlacecontactcenter.com/la-importancia-de-call-centers/>
- comunicua. (2018). *comunicua*. Obtenido de comunicua: <http://comunicua.com/blog/social-media/por-que-hay-que-actualizar-las-redes-sociales-de-la-empresa>
- Ernault, E. (2013). *metricas*. Obtenido de metricas medicion redes sociales: <http://www.socialancer.com/metricas-pagina-facebook-marketing/>
- Instituto Nacional de MIgración: Objetivos y Valores*. (2016). Obtenido de Instituto Nacional de Migración: <http://inm.gob.hn/objetivos.html>
- instituto nacional de migracion:historia*. (2016). Obtenido de instituto nacional de migracion: <http://inm.gob.hn/historia.html>
- Instituto Nacional de Migracion:mision y vision*. (2016). Obtenido de Instituto Nacional de Migracion: <http://inm.gob.hn/vision%20y%20mision.html>
- migracion, i. n. (2019). *satisfaccion al cliente inm*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/importancia-de-la-satisfaccion-del-cliente/>:  
<https://www.questionpro.com/blog/es/importancia-de-la-satisfaccion-del-cliente/>
- R., A. (2015). *crece negocio*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>

## Glosario

**Alertas migratorias:** se entiende como alerta migratoria cuando una persona tiene requerimiento judicial o tiene prohibida la salida del país, esto se lleva un control en un sistema que está conectado en todas las entradas y salidas del país.

**Call center:** es una noción de la lengua inglesa que puede traducirse como centro de llamadas. Se trata de la oficina donde un grupo de personas específicamente entrenadas se encarga de brindar algún tipo de atención o servicio telefónico.

**Genie:** sistema que se utiliza para capturar datos para generar un pasaporte

**INM:** Instituto Nacional de Migración

**Movimientos Migratorios:** son los desplazamientos humanos de larga duración de un lugar de origen a otro de destino.

**RNP:** Registro Nacional de las Personas

**Simply Measured:** es un software que permite el análisis de un gran número de redes sociales y métricas: twitter, Facebook, Instagram, YouTube, etc.

**Sinac:** sistema que se utiliza para controlar las citas de pasaportes, se controla la venta de citas en los bancos, revisa el estado de las citas.

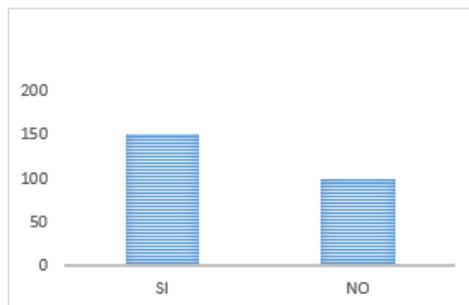
## Anexos

### Anexo 1 Presentación medalla y diploma en consulado de Taiwán

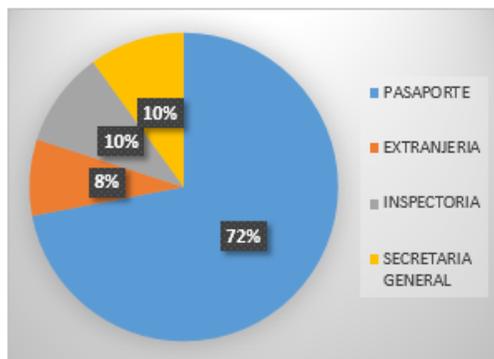


## Anexo 2 Resultados de encuesta acerca de atención al cliente

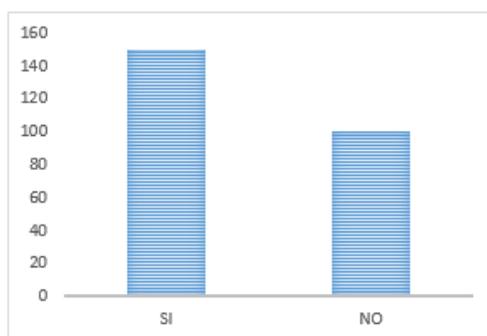
1. ¿Conoce usted los diferentes servicios que brinda el Instituto Nacional de Migración?



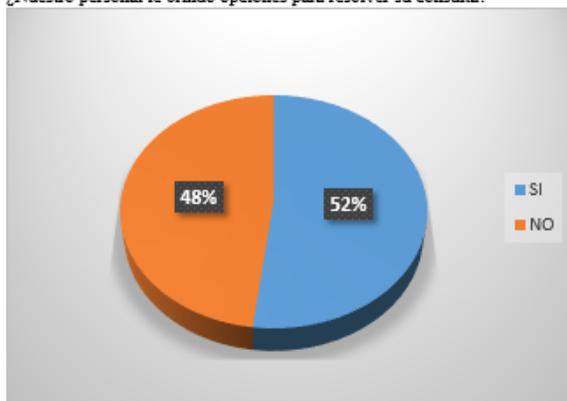
2. ¿Qué servicio utilizó?



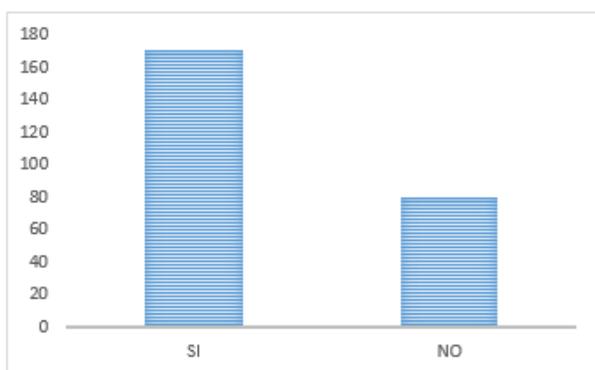
3. ¿Su consulta fue resuelta de la mejor manera?



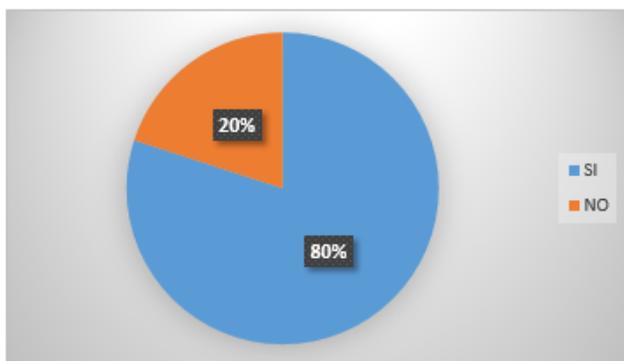
4. ¿Nuestro personal le brinda opciones para resolver su consulta?



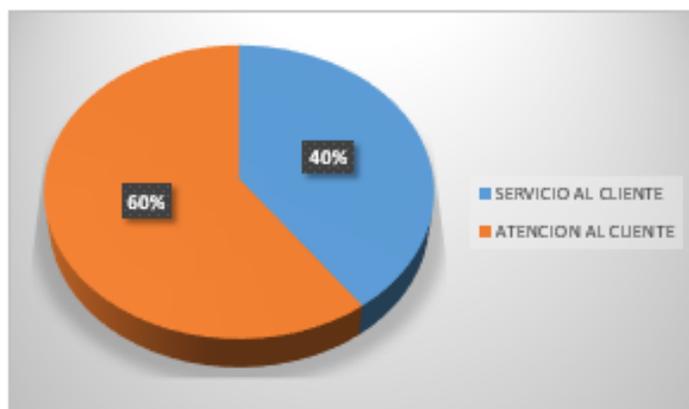
5. ¿Considera usted que nuestro personal tiene conocimiento suficiente para atender su solicitud?



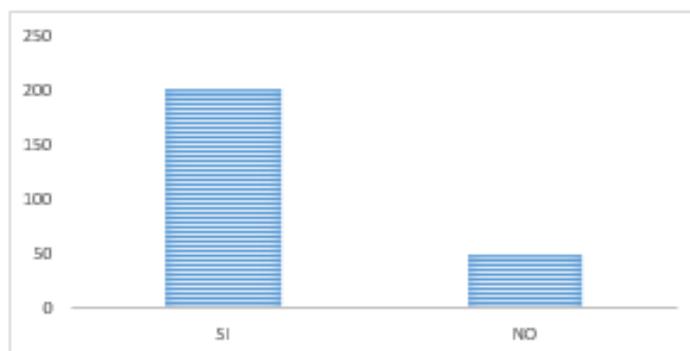
6. ¿Considera usted que nuestro personal fue amable, cortés y profesional con usted?



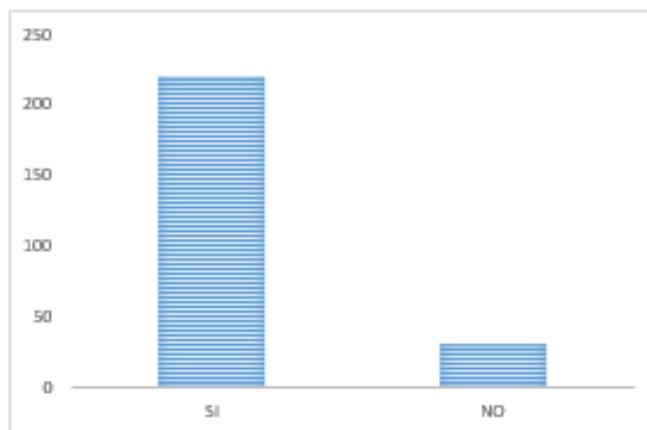
7. ¿En qué área considera usted que deberíamos de mejorar?



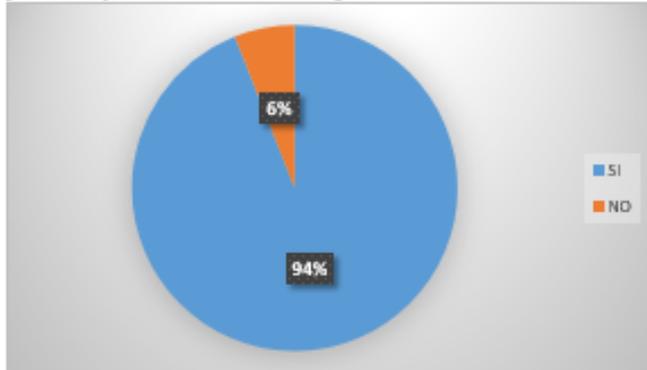
8. ¿Cree usted que el Instituto Nacional de Migración está bien organizado?



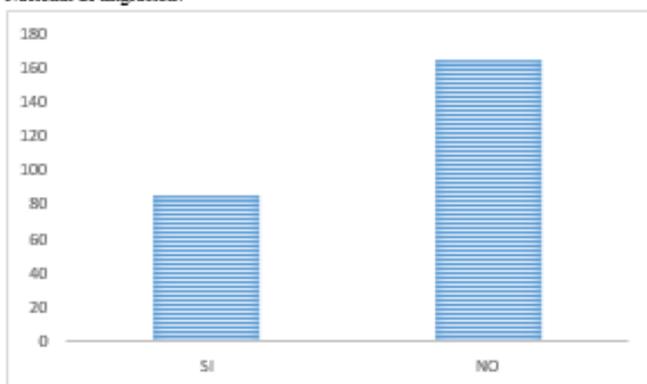
9. ¿Cree usted que las instalaciones del Instituto Nacional de Migración están bien acondicionadas?



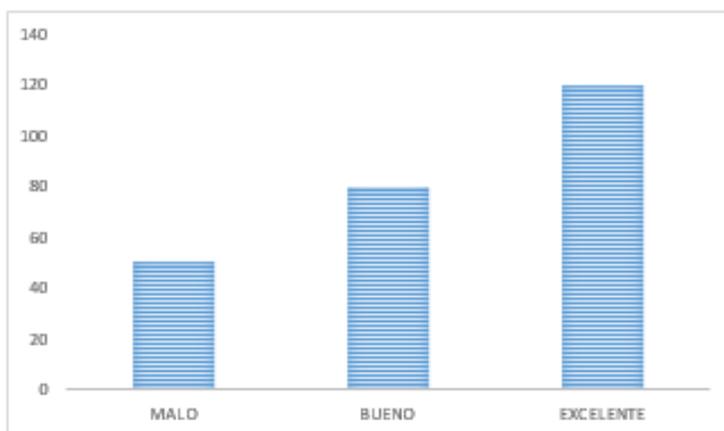
10. ¿Cree usted que el Instituto Nacional de Migración debería de tener atención al cliente vía teléfono (call center)?



11. ¿Considera usted que hay suficiente información en redes sociales acerca de los servicios que brinda el Instituto Nacional de migración?



12. ¿Cómo calificaría usted la atención que se le brinda en el Instituto Nacional de migración?



Anexo 3 Proyecto Agenda Informativa



\*\*\*  
INSTITUTO NACIONAL  
DE MIGRACION

### Juramentación del Comité de Control Interno

Juramentación del Comité de Control Interno del Instituto Nacional de Migración (COCOIN-IM) con la presencia del Director Ejecutivo de ONADICI, Javier Menocal y la Abogada Carolina Menjivar, Directora Ejecutiva del INM, y los miembros que conforman el Comité, el objetivo es promover las buenas practicas y mejoramiento de los procesos que realiza la institución.

### Remodelación de la Delegación Fronteriza de El Poy

Completamente remodelada luce el Puesto Fronterizo de El Poy, en el occidental departamento de Ocoatepeque, frontera con el Salvador, se instalaron aires acondicionados, dispensadores de agua, techo, sistema eléctrico, sanitarios, pintado interior y de la fachada, rotulación para brindar un mejor servicio a los viajeros y personas de tránsito por este importante punto fronterizo.

f Instituto Nacional de Migración  
MigrationHND  
www.inm.gob.hn

2  
#UnaNuevaFormadeHacerMigración

#### Anexo 4 Capacitación de Investigación y Análisis



## Anexo 5 Evento día de las Madres



## Anexo 6 Métricas de la página de Facebook del Instituto Nacional de Migración

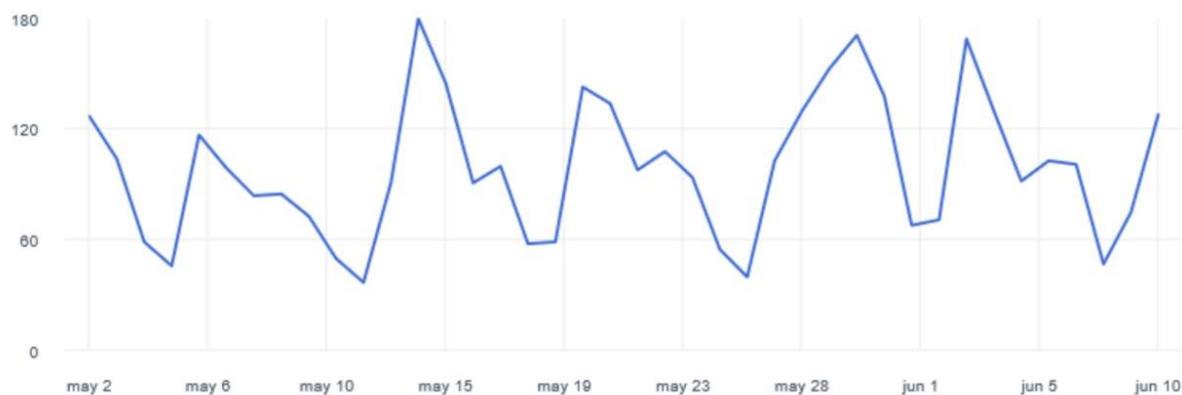
Total de seguidores de la página hasta hoy: 16.696



### Seguidores netos

Los seguimientos netos muestran el número de nuevos seguidores menos el número de personas que dejaron de seguir



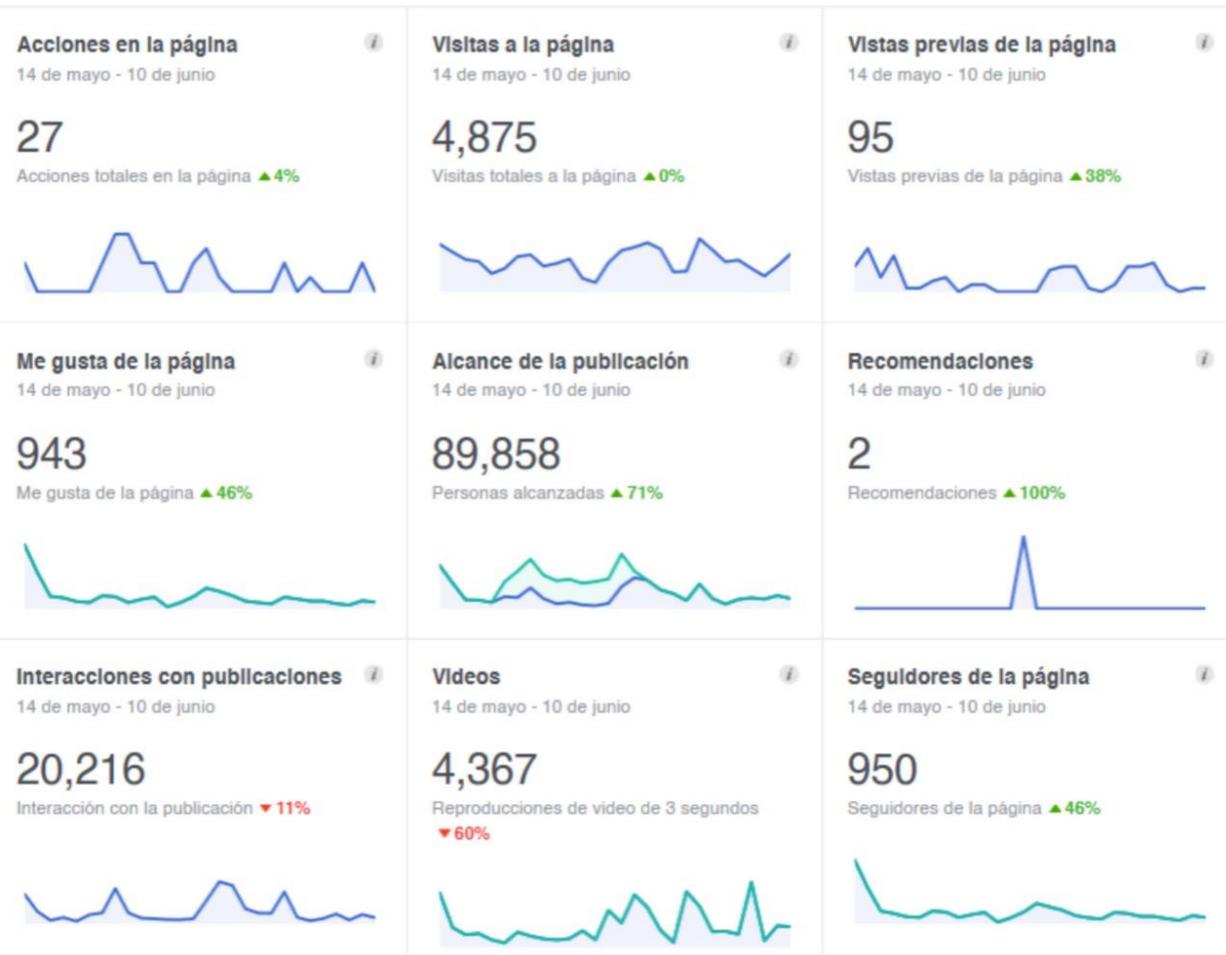
**Visitas totales** Por sección**Visitas totales****Total de visitantes** Por sección Por edad y sexo Por país Por ciudad Por dispositivo**Total de visitantes**

## Resumen de la página Últimos 28 días ↕

Exportar datos 

Resultados del 14 may 2019 al 10 jun 2019

Nota: No se incluyen los datos de hoy. La actividad relativa a las estadísticas se registra según la zona horaria del Pacífico. La actividad relativa a los anuncios se registra según la zona horaria de tu cuenta publicitaria.

■ Orgánico ■ Pagado


Yo \_\_\_\_\_, con número de cuenta \_\_\_\_\_, certifico que el informe elaborado como requisito de mi práctica profesional previo a la examinación del comité evaluador de la carrera de \_\_\_\_\_ ha sido redactado en base a experiencias personales y doy fe de que no ha sido copiado parcial o totalmente de trabajos anteriormente presentados, excepto aquellas partes que han sido debidamente citadas y cuyos autores han sido reconocidos dentro del texto de mi informe.

Habiendo dado fe de lo anterior, me someto a las sanciones contempladas en el Reglamento de Disciplina, según lo establecido en el artículo 16: *“En el caso de fraude en exámenes y plagio en trabajos, tareas, investigaciones o proyectos, se sancionará además con la anulación total de su valor”*. Remitiéndose al Comité de Ética para la firma del acta correspondiente por falta grave, aceptando matricular proyecto de graduación en el período siguiente.

---

Nombre y Firma del alumno