

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

SEALAND – A MAERSK COMPANY

SUSTENTADO POR:

DIANA ALEJANDRA ELVIR GALVEZ

21711049

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

LICENCIATURA EN RELACIONES INTERNACIONALES

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C.A.

MARZO 2020

Tabla de contenido

Dedicatoria	III
Resumen Ejecutivo	V
Introducción	VIII
Capítulo I	- 1 -
1.1 Objetivos de la práctica profesional	- 1 -
1.1.1 Objetivo General	- 1 -
1.1.2 Objetivos Específicos	- 1 -
1.2 Datos generales de la empresa	- 1 -
1.2.1 Reseña Histórica	- 1 -
1.2.2 Misión	- 2 -
1.2.3 Visión	- 2 -
1.2.4 Valores	- 2 -
1.2.4 Organigrama	- 3 -
Capítulo II	- 5 -
2.1.1 Actualización de la base de datos	- 5 -
2.1.2 Case Management	- 5 -
2.1.3 Reportes Semanales de Exportaciones, Importaciones y Vacíos	- 7 -
Capítulo III	- 8 -
3.1 Propuesta de mejora implementada	- 8 -
3.1.1 Actualización periódica de la base de datos	- 8 -
3.1.1.1. Antecedentes	- 8 -
3.1.1.2. Descripción de la propuesta	- 9 -
3.1.1.3. Impacto de la propuesta	- 10 -
3.2 Propuesta de Mejora	- 12 -
3.2.1 Escuela para Agentes y Clientes	- 12 -
3.2.1.1 Antecedentes	- 12 -
3.2.1.2 Descripción de la propuesta	- 12 -
3.2.1.3 Impacto de la propuesta	- 12 -
Capítulo IV	- 14 -
4.1 Conclusiones	- 14 -
4.2 Recomendaciones	- 14 -
4.2.1 Recomendaciones para la empresa	- 14 -
4.2.2 Recomendaciones para la institución	- 14 -
4.2.3 Recomendaciones para los estudiantes	- 14 -

Bibliografía	- 16 -
Glosario	- 17 -
Anexos	- 19 -

Dedicatoria

Dedico este informe de práctica profesional a Dios, sin El nada de esto sería posible.

Agradecimientos

- Agradezco a mis padres, que siempre me han apoyado y me han brindado la oportunidad de poder estudiar y sobre todo, ser todo lo que siempre he querido ser.
- Agradezco a mi hermana, la que es una de mis más grandes motivaciones para poder ser cada día mejor y poder ser un buen ejemplo para ella.
- Agradezco los lazos de amistad que forme durante mi formación profesional, gracias a ellos, la vida universitaria fue una experiencia muy bonita.
- Agradezco a Miguel Mejía, que siempre ha tenido las palabras correctas para darme ánimos.
- Agradezco a mis catedráticos que fueron parte esencial de mi formación como profesional, en especial a la abogada Isbela López, la licenciada Luisa Cook y la licenciada Ana Dubon.

Resumen Ejecutivo

El objetivo principal del presente informe es detallar la experiencia y conocimientos adquiridos durante el período de práctica profesional, requisito previo para la obtención del título de Licenciatura en Relaciones Internacionales en la Universidad Tecnológica Centroamericana, UNITEC. La duración de dicha práctica fue de 10 semanas, iniciando en el mes de enero y finalizando en el mes de marzo del 2020.

Este documento expone cada actividad realizada el área del servicio al cliente de la reconocida empresa Sealand – A Maersk Company, la cual se desenvuelve en el rubro naviero y de procesos de la cadena de suministros, específicamente satisfaciendo necesidades de alimentos, textiles, materiales de todo tipo, de negocios en diferentes ubicaciones en el país. Las oficinas que se encuentran en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés, representan a la naviera en todo el país. En estas oficinas también se encuentran representantes de la empresa Maersk, la empresa matriz de Sealand. La compañía exporta e importa a través de diferentes puertos en Centroamérica, entre ellos: Puerto Corinto, Puerto Cortés, Puerto Barrios y Puerto Acajutla. La carga entra o sale de estos puertos, según la necesidad del cliente. De misma manera, se labora de mano de agentes aduaneros, que facilitan las necesidades del cliente y los procesos. La compañía cada vez busca ampliar su cartera de usuarios, ya que ellos son su prioridad número uno. Sealand cumple con todos los requisitos de una naviera ejemplar, al ser parte de Maersk, la cual es la naviera más grande del mundo (Maersk, Maersk, 2019). Es por esto que los clientes cada vez más buscan a Sealand para poder exportar o importar sus productos a todo el continente americano. Las oficinas oficiales de Sealand se encuentran en Miami, Florida, existe una oficina representante en cada país de Centroamérica. La oficina de San Pedro Sula consta con los siguientes departamentos:

- Trade and Marketing
- Claims
- Servicio al Cliente
- Ventas
- Operaciones

Sealand se identifica por tener siempre en primer lugar a sus clientes, esto le diferencia del resto de las demás empresas navieras, porque la atención que se les brinda a sus clientes es siempre innovadora. La innovación se refiere a aquel cambio que introduce alguna novedad o varias. Cuando alguien innova aplica nuevas ideas, productos, conceptos, servicios y prácticas

a una determinada cuestión, actividad o negocio, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad (Management, 2019). Por ello, es fundamental estar a la vanguardia de las necesidades y tendencias actuales, así como utilizar herramientas que permitan optimizar los procesos, ofrecer nuevos productos o servicios y posicionarse de manera estratégica en el mercado. Entre los programas que se utilizan en los diferentes departamentos de la empresa se encuentran:

- Salesforce
- CODS
- GCSS – Global Customer Service Systema
- RKEM
- Microsoft Teams

El conocimiento de las preferencias de sus clientes y el entendimiento de la competencia, hará que la innovación traiga a las organizaciones, sin importar el sector, mejores retornos a través de la producción de productos y servicios diferenciados y el uso de procesos más eficientes (Bernal, Informese, 2019).

Para Honduras, las exportaciones e importaciones son base en sus actividades diarias de producción, ya que una gran parte de productos producidos dentro del país son exportados y de la misma manera, se importan muchos productos para consumo de los ciudadanos y para producción. Las principales exportaciones de Honduras son T-shirts y camisetas interiores de punto, Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción, Suéteres (jerseys), pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares de punto, Hilos, cables, incluidos los coaxiales y demás conductores aislados para electricidad, aunque estén laqueados, anodizados o provistos de piezas de conexión; cables de fibras ópticas constituidos por fibras enfundadas individualmente, incluso con conductor y Aceite de palma y sus fracciones, incluso refinado. Sus principales importaciones son Aceites de petróleo o de mineral bituminoso, excepto los aceites crudos; preparaciones no expresadas ni comprendidas en otra parte, con un contenido de aceites de petróleo o de mineral bituminoso superior o igual al 70 % en peso, en las que estos aceites, Hilados de algodón (excepto el hilo de coser) con un contenido de algodón, superior o igual al 85 % en peso, sin acondicionar para la venta al por menor, Hilados de fibras sintéticas discontinuas (excepto el hilo de coser) sin acondicionar para la venta al por menor, Medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos

terapéuticos o profilácticos y Vehículos automóviles para transporte de mercancías (Complexity, 2017).

La práctica profesional dio inicio con el reconocimiento de los diferentes departamentos de la empresa. Luego, se procedió con el recorrido de la oficina, distribución del personal por departamentos y se realizó la presentación ante los miembros del departamento en que se desempeñaría. Para finalizar, se dio mención de las funciones a cumplir, así como también se presentó la información general de la empresa.

Las navieras han sido de mucha importancia durante la situación vivida con el Covid-19, porque este rubro está dentro de las excepciones de trabajos suspendidos durante la crisis actual. Es a través de la naviera que todavía se puede suplir los insumos médicos y los alimentos de exportación e importación que se utilizan y se consumen a diario.

Introducción

Las compañías navieras tienen un gran impacto en el mundo comercial y en la globalización. Es un negocio bastante atractivo ya que se transporta a través de ellos mercaderías de todo tipo. En este negocio se encuentran desde microempresas hasta grandes empresas que buscan ampliar su mercado a través de la exportación y suplir las necesidades de sus clientes a través de la importación. De la mano de las compañías navieras, se encuentran otras compañías que terminan de suplir las necesidades del cliente fuera del transporte marítimo y que consolidan las compañías en algo más grande que solo su negocio naviero. La compañía naviera Sealand – a Maersk Company, se enfoca en la satisfacción y seguridad de todos sus clientes, transportando millones de toneladas de carga al día. Al ser parte de la compañía Maersk, su vasta red cubre más de 300 puertos en más de 120 países, ofreciéndoles una conexión rápida, confiable y regular a todos los rincones del mundo (Maersk, Maersk, 2020).

Uno de los principios de Sealand es el cuidado constante de sus clientes, durante la práctica profesional, realizada del mes de enero al mes de marzo del presente año, el cargo a desempeñar es el de asistente de servicio al cliente, desarrollando actividades que conciernen a este equipo y buscando a satisfacer las necesidades de los clientes. Con base a este principio y el trabajo que se realizó en dicha área, se busca realizar una propuesta que mejore el funcionamiento de la actividad de la compañía con el cliente. El siguiente informe consta de cuatro capítulos, los cuales serán descritos a continuación:

- Capítulo I: los objetivos de la práctica profesional y los datos generales de la empresa.
- Capítulo II: en este capítulo se detalla las actividades realizadas en la empresa, su funcionamiento y demás.
- Capítulo III: describe las propuestas de mejora para el área de servicio al cliente para la empresa y la propuesta implementada.
- Capítulo IV: se encuentran las conclusiones y los resultados que se obtuvieron de este informe de investigación y el desempeño en la ejecución de todos los objetivos

1. Capítulo I

1.1 Objetivos de la práctica profesional

1.1.1 Objetivo General

Aplicar el conocimiento adquirido a través de la formación profesional, con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes, alcanzando las métricas establecidas en cumplir los requerimientos de la cartera de negocios de clientes de maquilas y zona libre.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Comprender la importancia de procesos transaccionales en el rubro de navieras y el impacto de cada una de estas tareas.
- Obtener la máxima satisfacción de los clientes asignados dentro de la cartera de negocios de clientes de maquilas y zona libre, haciendo uso de las herramientas brindadas por la empresa y reflejando el desempeño de estas actividades conforme los indicadores claves de desempeño (kpi's) del departamento.
- Alcanzar la eficacia requerida en el cumplimiento de las métricas establecidas por el departamento de manera semanal de las distintas tareas que corresponden en este área de trabajo.

1.2 Datos generales de la empresa

1.2.1 Reseña Histórica

En 1956, Malcom Mclean, un empresario de camiones, decidió meter su carga en compartimentos estandarizados, y así nació la contenedorización. Cuatro años más tarde, este Malcom Mclean fundó Sea Land Service, Inc. La gente conectó con ellos inmediatamente y fueron la primera empresa naviera de la industria en considerar cuidadosamente sus necesidades comerciales, y las ubicaron a la vanguardia de la innovación. La empresa se convirtió en parte del Grupo A.P. Moller MAersk en 1999, dando a sus clientes acceso a la red de transporte más grande del mundo. Posteriormente, en 2018, se tuvo el honor de unir fuerzas con MCC Transport y Seago Line, dos apasionadas marcas regionales que se enorgullecen de estar cerca de sus clientes (Sealand, Sealand - A Maersk Company, 2020).

Actualmente, la compañía conecta a empresas de América, Asia, Europa, el norte de África y Oriente Medio con sus mercados claves. Donde quiera que trabaja la empresa, se combina equipos locales apasionados con una red global inigualable para transportar la carga de forma rápida y eficiente.

La compañía cuenta con tres organizaciones regionales que cubren América del Norte, Central y del Sur, el Lejano Oriente, Asia, Europa, África del Norte y la zona del Mar Negro, impulsadas por Maersk, la mayor naviera del mundo. Sealand existe para hacer el envío mas simple y eficiente. Combinan las necesidades logísticas con sus conocimientos y herramientas digitales para que el cliente tenga el control en cada paso del camino. Al ser miembros del gran negocio de Maersk, ofrecen alcance global, escala y estabilidad, sin dejar de ser un socio regional. Los Equipos son rápidos y proactivos, asegurando un soporte inmediato cuando necesite. Se trabaja estrechamente con el cliente para ayudar a optimizar su logística hoy y comprender las necesidades del negocio en el futuro (Maersk, Maersk, 2019).

1.2.2 Misión

Maersk se está transformando de un grupo de empresas a una empresa integrada para convertirse en el integrador global de la logística de contenedores, conectando y simplificando la cadena de suministro del cliente.

1.2.3 Visión

Maersk trabaja para proveer a sus clientes una solución factible simple de sus productos y servicios, con un compromiso fluido con sus clientes y un trato superior en su red de entrega, dejando a un lado lo complejo de la cadena global de suministros.

1.2.4 Valores

- Cuidado Constante
- Humildad
- Rectitud
- Nuestros Empleados
- Nuestro Nombre

1.2.4 Organigrama

Figura 1: (Maersk, Maersk, 2019)

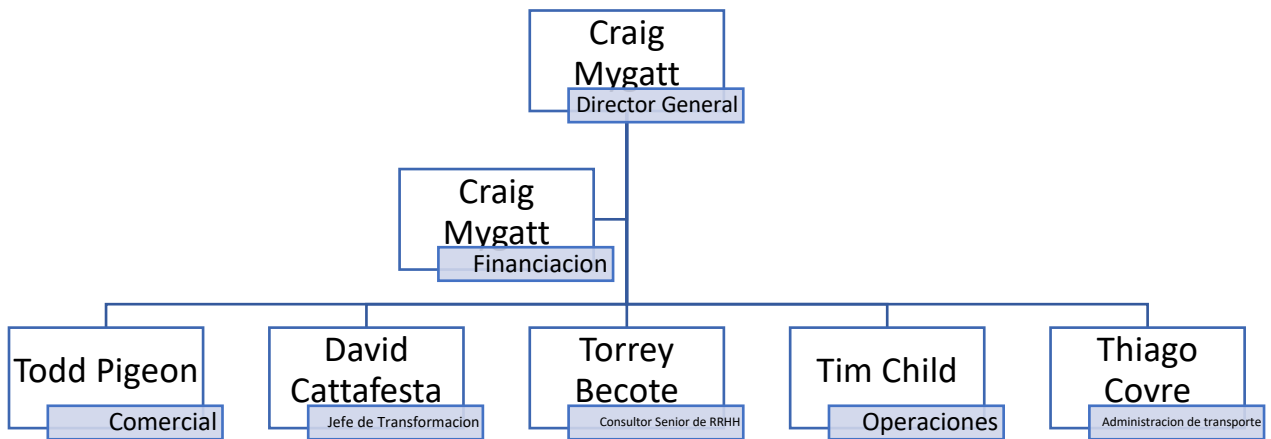
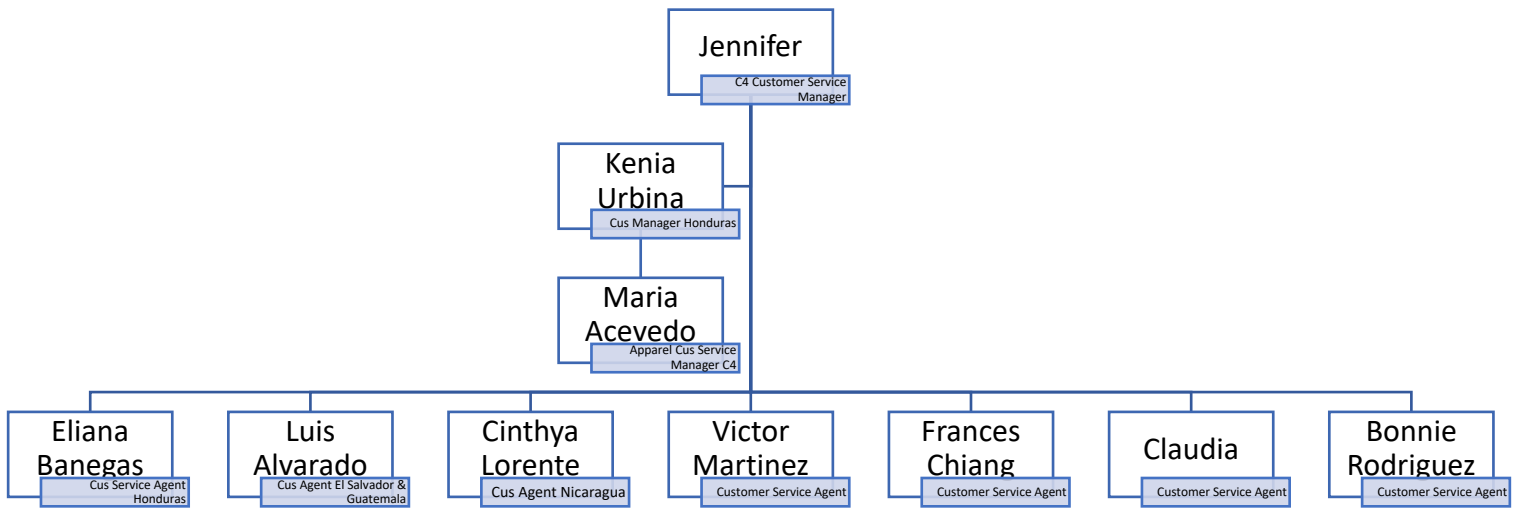


Figura 2: (Sealand, Sealand, 2019)



2. Capítulo II

2.1 Actividades realizadas

Como su visión lo indica, Sealand, al ser parte de la empresa Maersk, trabaja para proveerle a los clientes soluciones factibles para la entrega de los productos y la eficiencia de sus servicios. El Área del servicio al cliente es una pieza clave para que la empresa cumpla con su cometido, ya que son el puente directo entre los clientes y la empresa. Este departamento cuenta con siete colaboradores. Entre las tareas que realizan se encuentra, responder las dudas, realizar las solicitudes, mantener el debido seguimiento y comunicación con el cliente para ser cada día más eficientes en sus tareas, en ese orden cronológico.

2.1.1 Actualización de la base de datos

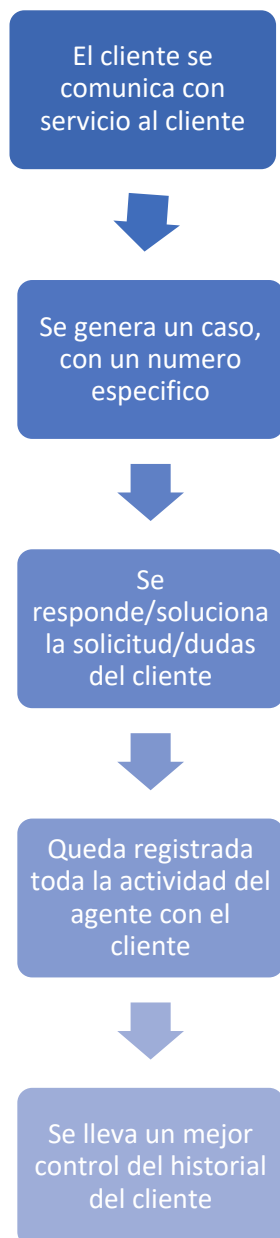
Los clientes son el motor de la empresa, tener la información correcta de cada cliente, es esencial para el manejo correcto de sus necesidades. Durante el periodo de práctica profesional, se realizó la actualización de la base de datos para la cartera de clientes de las zonas libres y maquilas. Dicha actividad consistió en utilizar las diferentes herramientas y aplicaciones con las que cuenta la empresa para comunicarse con sus clientes y así, recopilar la información necesaria para actualizar la base de datos. Las aplicaciones recopilan correos electrónicos, números telefónicos y demás comunicación con cada cliente, ligándolos a una cuenta en específico, de manera que es más sencillo tener conocimiento de quien es la persona encargada de dicha cuenta dentro de la empresa.

2.1.2 Case Management

La empresa cuenta con diferentes herramientas que son esenciales para el manejo de las solicitudes, dudas y necesidades del cliente; Un instrumento clave es la aplicación Salesforce, este programa cuenta con diferentes funciones, entre ellas la función de Case Management, la plataforma base que utilizan los agentes de servicio al cliente. Esta plataforma permite llevar un registro de seguimiento en cada ocasión que el cliente se comunique con la empresa y las razones por las cual se realizó la comunicación. Durante la práctica profesional, se ha realizado el manejo de solicitudes de clientes a través de correos electrónicos que llegan a la plataforma y son respondidos a través de la misma. Las solicitudes se han basado en tareas transaccionales como el envío de manifiestos de embarques, bill of ladings y coordinaciones de equipo. Estas tareas son esenciales para las exportaciones e importaciones de cada cliente.

Una tarea transaccional como las realizadas durante la práctica profesional, al final del día tienen mucha importancia, ya que dichos documentos son la entrada o salida legal de los contenedores y los productos del cliente.

Figura 3: (Departamento de Servicio al Cliente, Sealand, 2020)



2.1.3 Elaboración de Reportes Semanales de Exportaciones, Importaciones y Vacíos

Entre los clientes de maquila, la empresa Gildan Honduras Trading, cuenta con un alto volumen de importaciones y exportaciones. Es por eso que Sealand cumple con compartir con ellos reportes semanales para llevar un registro de estos movimientos. Entre los reportes que se realizan están los siguientes:

- Reporte de Bookings semanales
- Reporte de Import, Export y Vacíos
- Reporte de carga en tránsito

Para llevar a cabo estos reportes, se utilizan diferentes herramientas donde se maneja la información de la carga que está siendo importada y exportada. La información es descargada y luego trabajada en Excel, para poder seleccionar solo lo que es pertinente para Gildan. Una vez se logra esto, los reportes son enviados a las diferentes plantas industriales y a sus representantes. Estos reportes son de suma importancia ya que van siendo guardados y al mismo tiempo, son trabajados de diferentes maneras en las mismas plantas de Gildan por sus empleados. El manejo de los reportes, ha ayudado en distintas ocasiones a esclarecer malentendidos con la empresa o el transporte de la carga. Al elaborar los reportes, se busca llevar un mejor control de los movimientos de Gildan con la naviera, ya que el volumen de carga es considerablemente alto en comparación con otros clientes.

3. Capítulo III

3.1 Propuesta de mejora implementada

3.1.1 Actualización periódica de la base de datos

3.1.1.1. Antecedentes

Sealand es una empresa que valora mucho la comunicación con sus clientes, según cada proceso que se esté llevando a cabo, el cliente tiene que ser conocedor de esto. Al ser cliente de la empresa, se debe manejar los diferentes contactos con los que se tendrán que comunicar en caso de ser necesario. En el área de maquila, como en las demás áreas, la información de estos contactos puede llegar a variar con el pasar del tiempo. Los empleados de las empresas que son clientes de Sealand, pueden cambiar su información de contacto o incluso sus puestos de trabajo, es por eso que muchas veces la información se ve afectada ya que no se actualiza y esto solamente provoca ineficiencia en la comunicación. Entre los problemas que se presentan al no tener actualizada la información, se encuentran las quejas de clientes que no reciben avisos de llegada de su carga, imposibilidad de comunicarse con el cliente cuando surge un atraso o dificultad con su carga, impedimento para hacer los cobros necesarios de parte de la empresa.

Considerando que el total de clientes del sector textil-maquilador en Centroamérica es de 180, es importante tener actualizada la base de datos, ya que se generan inconvenientes en las importaciones con dichos clientes de manera diaria y por lo menos una vez al día. Cuando el aviso de llegada no llega al correo que debió ser destinado por no tener los contactos actualizados, una vez llegada la carga a destino, el cliente no es notificado y por lo tanto no llega a recoger la carga. Esto conlleva a incurrir en cargos por estadía, que tiene el costo de \$100 diarios. No tener la información actualizada conlleva al doble trabajo del empleado y por lo tanto, de tanta carga laboral que cada persona tiene, ocurre pérdida de tiempo y desconcentración ya que dichos procesos son sumamente delicados porque las consecuencias son de manera monetaria que al final es la empresa quien pierde credibilidad y reputación.

Durante la práctica profesional, se presenciaban bastantes casos de cargo por estadía de hasta 5 días (\$500) que al final el cliente es quien asume el mencionado debido a que son ellos los responsables de proveernos información de contactos actualizada.

3.1.1.2. Descripción de la propuesta

La propuesta implementada fue una actualización periódica de la base de datos. Para esta propuesta, se creó una plantilla donde se colocó la información de contacto que ya se manejaba de cada cliente y su cuenta, para ser enviada al cliente a través de correo electrónico de forma proactiva, pidiendo que el cliente confirmara dicha información o que notificara algún cambio. La manera de emplear esta propuesta fue a través de los empleados de servicio al cliente, ya que cada uno maneja un número específico de cuentas y así cada uno se ocupó de sus cuentas correspondiente. La actualización se debe realizar cada tres meses, es decir, cada trimestre para poder renovar los datos de los clientes. En este caso, el alumno se ocupó de hacer la actualización por sí solo, pero la propuesta incluye la colaboración de todo el equipo de servicio al cliente para agilizar el proyecto y disminuir el tiempo invertido.

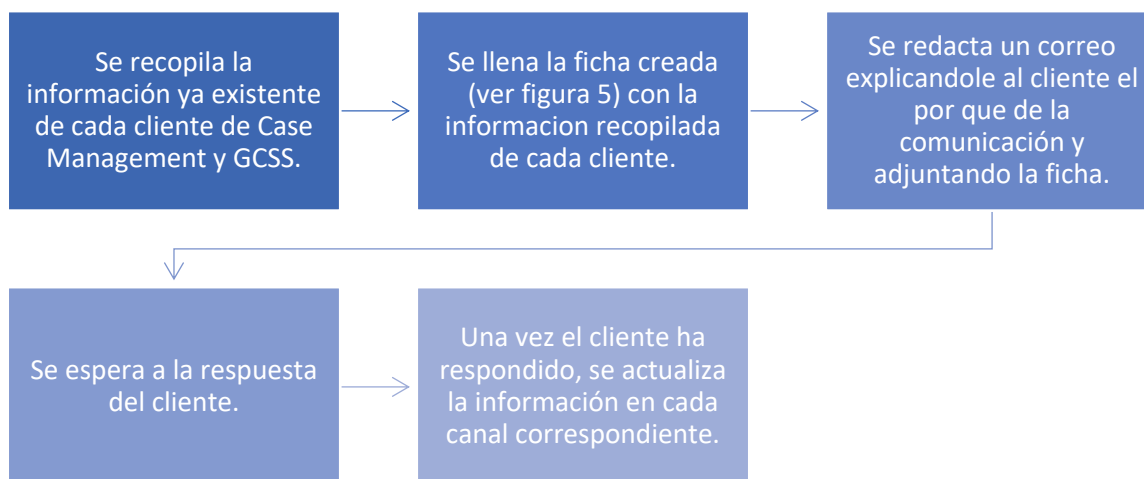
Dicha plantilla contiene los siguientes puntos:

Figura 5: Plantilla para actualización de base de datos

Nombre del cliente		
Numero de contrato:		
Dueño de contrato:		
Dirección:		
Contacto	Correo Electrónico	Teléfono

El proceso que se debe seguir por cada agente para la actualización de la base de datos es la siguiente:

Figura 6: Proceso de actualización de base de datos (Fuente propia)

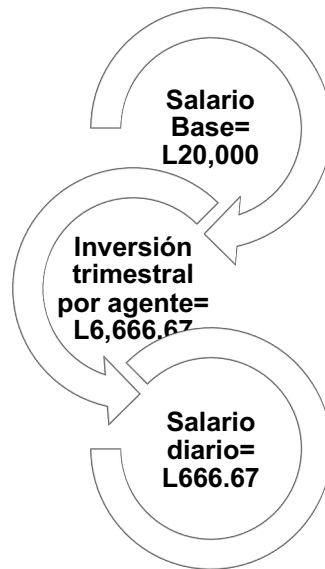


3.1.1.3. Impacto de la propuesta

La propuesta fue implementada por los empleados que laboran para el área de (del sector textil maquilador) maquila para todos los clientes de el cluster C4 (Honduras, Guatemala, El Salvador y Nicaragua). El área tiene más de 180 cuentas divididas entre los cuatro países. En su mayoría, los clientes fueron muy colaboradores al correo que se les envió y siguiendo el formato que se les fue otorgado, logrando actualizar cerca de 150 cuentas. Esta propuesta tiene un impacto positivo porque la actualización de la base de datos es algo de suma importancia porque permite a la empresa comunicarse con el cliente de la manera más adecuada. Se decidió que dicha actualización sería periódica, cada tres meses, ya que cada trimestre, se envía a los clientes una encuesta donde el cliente califica el desempeño de la empresa, sobre todo en el área de servicio al cliente. El costo de esta propuesta es equivalente al tiempo que le toma a cada agente realizar el proceso debido para actualizar la información de contacto de las cuentas, porque el proceso se realiza con herramientas ya existentes para cada agente. Se estima que al tener una base de datos actualizada, las personas correctas reciben esta encuesta y entre más personas llenan la encuesta, más preciso es el resultado. Esta propuesta no incurre en gastos adicionales a la empresa ya que es trabajada a través de las herramientas que ya manejan los empleados.

El total de horas se refleja de manera monetaria en la siguiente figura:

Figura 7:



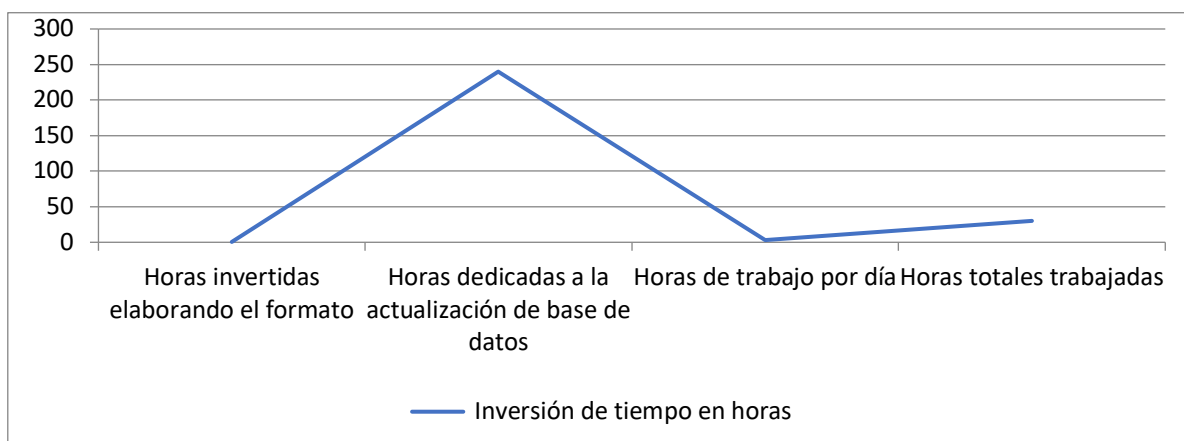
De los Lps. 60,000 de salario de 3 meses, equivalen a Lps 2,500 se invierten en la actualización de datos.

La implementación de esta propuesta lograra que el promedio de quejas sea reducido significativamente, lo cual puede alcanzar un impacto positivo, manteniendo la información actualizada al día, evitando el doble trabajo de cada empleado, ser un proveedor de servicio viable y confiable para el cliente demostrando que el proceso de carga y descarga se realice de exitosamente.

Tabla 1:

Conceptos	
Total clientes maquila Centroamerica	180
Total clientes que actualizaron	150
Clientes que no requirieron cambios	30
Porcentaje de clientes que realizaron cambios	83.33%

Figura 8:



3.2 Propuesta de Mejora

3.2.1 Escuela para Agentes y Clientes

3.2.1.1 Antecedentes

La empresa Sealand hace énfasis en que sus clientes son la prioridad. La relación entre los clientes y los agentes se basa en llamadas telefónicas, correos, chats y en algunas ocasiones en entrenamientos. La mayoría de las acciones del cliente son realizadas a través de la página web, por lo que es esencial que el cliente sepa manejar esta misma. Sealand, se ha comprometido a enseñar a sus clientes el uso adecuado de la página, pero aun así, arriba del 40% de las llamadas que incurren son respecto a información que el cliente puede manejar por si solo en la página web. Los clientes, muchas veces consideran que al tener acceso a las diferentes tareas que el agente puede realizar por ellos, solamente beneficia al agente al disminuir su tiempo de trabajo y no a ellos como clientes. En realidad, al tener acceso a este tipo de herramientas, facilita las tareas para ambas partes. Ante todo, agiliza la tarea de los clientes al momento de crear los bookings, especificar el tipo de carga, las distintas instrucciones que quieren que se lleven a cabo, sin necesidad de tener que esperar a ser atendido por un agente de servicio al cliente. Al momento del cliente ocuparse de esto a través de la página web, simplifica el proceso y evita errores por parte de la naviera al consolidar la carga.

3.2.1.2 Descripción de la propuesta

La propuesta se basa en una dinámica de entrenamientos para ambas partes, de manera conjunta. Espacios donde el cliente pueda reunirse con el agente y así poder exteriorizar sus dudas y que el agente pueda exteriorizar de misma manera, lo que cree que el cliente puede mejorar, y viceversa. Los entrenamientos ya establecidos por la empresa, suelen ser bastante formales y con muy poca frecuencia. La propuesta consiste en que sea un entrenamiento un poco más informal, más como un espacio donde se puedan familiarizar los clientes con los agentes que cuidan a diario de ellos y sus negocios. Algo distinto sobre esta propuesta, sería la frecuencia con la que pueden llevarse a cabo estas actividades, tres veces al año o incluso dos, puede que hagan la diferencia. Las reuniones pueden tomar lugar en cualquier hotel de la ciudad, pero en este caso se confirmó una cotización con el Hotel Maya Colonial (ver anexo 5). Los responsables de cada capacitación, serían los mismos agentes de servicio al cliente. Al contar con siete agentes y que las reuniones sean tres veces al año, trimestralmente, los agentes pueden rotar para ocuparse de cada reunión y para elaborar un calendario para dichas

capacitaciones. En cada reunión, se haría una dinámica de preguntas y respuestas para poder satisfacer todas las dudas del cliente respecto al servicio brindado, también se daría a cabo una presentación de parte de los agentes en la cual ellos le harían saber al cliente en que se puede mejorar y como hacerlo. Se estima que alrededor de 40 clientes se presenten a la reunión. Si las reuniones fuesen a darse tres veces por año, el costo total de la inversión sería de 19,500 lempiras al año.

3.2.1.3 Impacto de la propuesta

Los clientes siempre van a ser lo esencial de la empresa Sealand, es por eso que la satisfacción de ellos siempre será la prioridad. Al darse a cabo esta propuesta, la satisfacción de los clientes aumentará y la de los agentes también ya que ambos tendrán el espacio para poder aclarar dudas y comentar sobre el servicio recibido y el servicio brindado. De esta misma manera, se espera que con esta propuesta, la productividad de ambas partes sea más eficiente y también busque a crear un vínculo más cercano con cada cliente y sus necesidades. Cuando un cliente conoce a la persona que está a cargo de las diligencias que conciernen a su negocio, es mas fácil depositar confianza y esperar un buen resultado, así como también es más sencillo esperar un buen desenlace si algo no sale como el cliente lo esperaba. Actualmente el indicador de satisfacción de los clientes con el trabajo realizado por los agentes esta arriba de un 50%, con estas capacitaciones se espera que este indicador aumente en un 10%, alcanzando un 60% de satisfacción y así estar por arriba del promedio que es actualmente de un 40%.

4. Capítulo IV

4.1 Conclusiones

- Se obtuvo la máxima satisfacción de los clientes asignados dentro de la cartera de negocios de clientes de maquilas y zonas libres. Se llegó a esta conclusión ya que no hubieron clientes insatisfechos con la labor realizada.
- Se desarrollaron las habilidades necesarias para manejar de manera eficiente las diferentes herramientas brindadas por la empresa, cumpliendo con los diferentes entrenamientos en línea y prácticos que se realizaron en las primeras dos semanas de práctica profesional.
- Se alcanzó la eficacia requerida, la cual era de un 85% en las distintas tareas que correspondían al área de trabajo, incluyendo el soporte al departamento y sus distintas actividades.

4.2 Recomendaciones

4.2.1 Recomendaciones para la empresa

Se recomienda a la empresa velar siempre por las necesidades de sus clientes, prestar atención detalladamente en lo que el cliente está pidiendo y siempre buscar la manera más factible para cumplir con lo solicitado. De misma manera, se recomienda a la empresa, velar siempre por las necesidades de sus colaboradores, tanto los directos, indirectos y terceras partes. Al tener una mejor relación con todos, el flujo laboral es más eficiente. La empresa, es una empresa muy competitiva y eficiente, pero eso también influye en los empleados y su desempeño a diario, siempre hay que prestar atención al desempeño de cada uno de los empleados, para reforzar sus debilidades y forjar sus fortalezas.

4.2.2 Recomendaciones para la institución

La misión de la universidad incluye formar estudiantes que van a ser los emprendedores del mañana, a pesar que la universidad enfoca dos clases para poder desarrollar más la mentalidad del emprendimiento, sugiero que deben de tratar de mejorar más estas clases y enfocarse en apoyar a los alumnos en los diferentes proyectos que se proponen dentro de estas clases. En un país como el nuestro, nuestra economía nos exige emprender para poder innovar

y avanzar en todos los aspectos profesionales del diario vivir. Al mismo tiempo, se recomienda a la universidad involucrar mas a los alumnos con lo que son los verdaderos ambientes de trabajo, porque muchos alumnos llegan a su practica profesional sin tener idea de cómo funcionan las cosas dentro de un ambiente laboral.

4.2.3 Recomendaciones para los estudiantes

Cuando realicen una tarea, no solo tengan en mente el poder finalizarla, tengan en mente el valor de cada una de sus acciones. El futuro de nuestro país esta en nuestras manos y debemos ser merecedores de este mismo. Conozcan Honduras, enamórense de su país y sus raíces, siéntanse orgullosos de ser hondureños, porque el amor a nuestro país es una pieza clave para poder hacer bien las cosas y sacar adelante a nuestra gente. Nunca se conformen, siempre hagan mas de lo que es necesario, al final del día va a valer la pena. El cansancio no es eterno, pero la satisfacción si puede serlo. Disfruten su vida universitaria y no pierdan el enfoque.

Bibliografía

- Maersk. (2020). *Maersk*. Obtenido de Maersk: maersk.com
- Sealand. (2020). *Sealand - A Maersk Company*. Obtenido de Sealand - A Maersk Company: www.sealandmaersk.com
- Maersk. (2019). *Maersk*. Obtenido de Maersk: www.maersk.com
- Sealand. (2019). *Sealand - a Maersk company*. Obtenido de Sealand - a Maersk company: www.sealandmaersk.com
- Sealand. (2019). *Sealand*. Obtenido de Sealand - a Maersk company: www.sealandmaersk.com
- Maersk. (2019). *Maersk*. Obtenido de Maersk: maersk.com
- unidas, F. d. (2016). Obtenido de ISSUU: https://issuu.com/facultaddecienciassocialesunah/docs/analisis_de_situacion_de_poblacion-
- Bernal, D. (2019). *Informese*. Obtenido de <https://www.informese.co/innovacion-en-organizaciones/>
- Maersk. (2019). *Maersk*. Obtenido de Maersk: maersk.com
- Bernal, D. (2019). *Informese*. Obtenido de <https://www.informese.co/innovacion-en-organizaciones/>
- Skou, S. (s.f.).
- Skou, S. (2019).
- Group, T. (2020). *Tiba Group*. Obtenido de <https://www.tibagroup.com/mx/glosario-de-terminos-maritimos-portuarios>
- Anave. (2019). *Asociacion Navieros Españoles*. Obtenido de <https://www.anave.es/glosario>
- iContainers. (2019). *iContainers*. Obtenido de <https://www.icontainers.com/es/ayuda/glosario-de-transporte-maritimo/>
- Management, L. E. (2019). *La Escuela Europea de Management*. Obtenido de La Escuela Europea de Management: escuelamanagement.eu/innovacion-estrategica/que-es-innovacion-concepto-clasificaciones-y-plan-de-accion
- Complexity, O. o. (2017). *Observatory of Economic Complexity*. Obtenido de Observatory of Economic Complexity: <https://oec.world/es/profile/country/hnd/>
- (s.f.).

Glosario

- Agencia aduanera: son las personas jurídicas autorizadas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales para ejercer actividades auxiliares de la función pública aduanera de naturaleza mercantil y de servicio, orientada a garantizar que los usuarios de comercio exterior que utilicen sus servicios cumplan con las normas legales existentes en materia de importación, exportación y tránsito aduanero y cualquier operación o procedimiento aduanero inherente a dichas actividades. (Anave, 2019)
- Atraque: Operación de conducir la nave desde el fondeadero oficial del puerto y atracarla al muelle o amarradero designado. (iContainers, 2019)
- Bill of lading: el documento que justifica la existencia de un contrato de transporte en una operación marítima entre un puerto de salida y un puerto de destino. A través de este documento se justifica la carga, el lugar de procedencia y el lugar de destino.
- Carga: Cargamento o conjunto de efectos o mercancías que para su transporte de un puerto a otro se embarcan y estiban en una nave. (Anave, 2019)
- Carga en tránsito: Carga manifestada como tal procedente de países extranjeros con destino al exterior del país. (Group, 2020)
- Case management: aplicación dentro del Sistema Salesforce que permite al agente resolver los problemas y dudas del cliente a través de una plataforma en línea. (iContainers, 2019)
- Declaración de aduanas: Documento que se utiliza para solicitar que las mercancías sean sometidas a los regímenes y operaciones aduaneros de: importación definitiva, importación temporal, admisión temporal, deposito, transito, reembarque, re-importación, exportación definitiva, exportación temporal y re-exportación, según se trate. Esta dirigido a los operadores de comercio exterior que intervienen en los regímenes y operaciones aduaneros antes mencionados. (Group, 2020)
- Despacho: Cumplimiento de las formalidades aduaneras necesarias para importar y exportar las mercancías o someterlas a otros regímenes operaciones o destinos aduaneros. (Anave, 2019)
- Embarcación: Construcción capaz de flotar, de ser dirigida por el hombre y propulsada por el viento u otro procedimiento; designa especialmente las de poco tonelaje. (Anave, 2019)
- Exportación: Acción de exportar un producto nacional. (Group, 2020)

- Gcss: herramienta utilizada para llevar un control más específico de la locación, embarcación, movimiento, contenido de la carga para un contenedor en un embarque específico. (Group, 2020)
- Importación: la acción de importar mercancías o cuestiones simbólicas de otra nación.
- Logística: Conjunto de los medios necesarios para llevar a cabo un fin determinado de un proceso complicado. (Group, 2020)

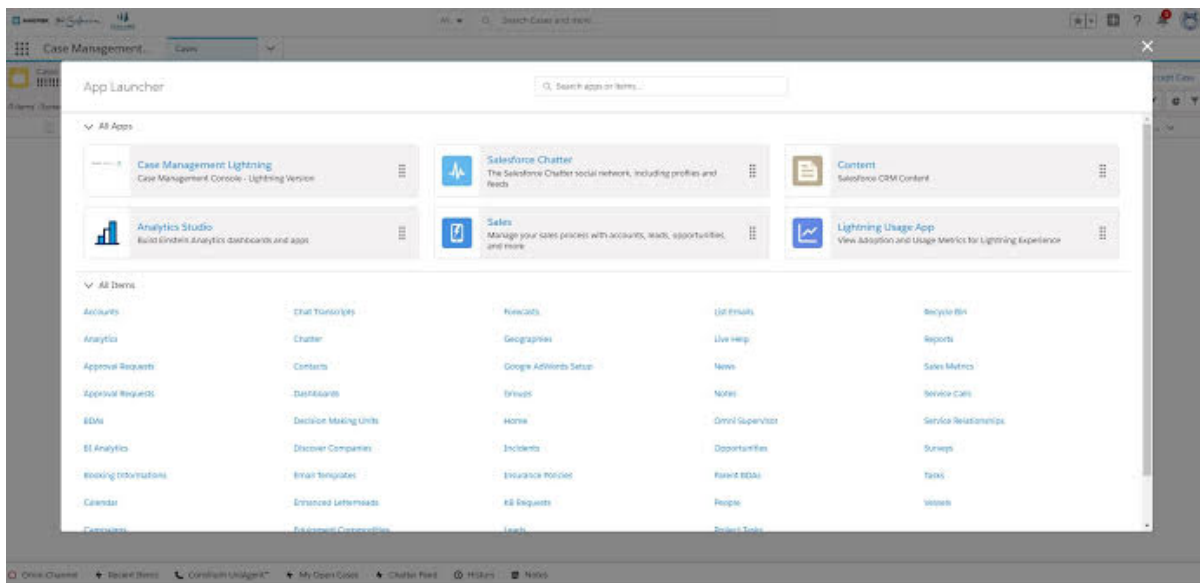
Anexos

Anexo 1:



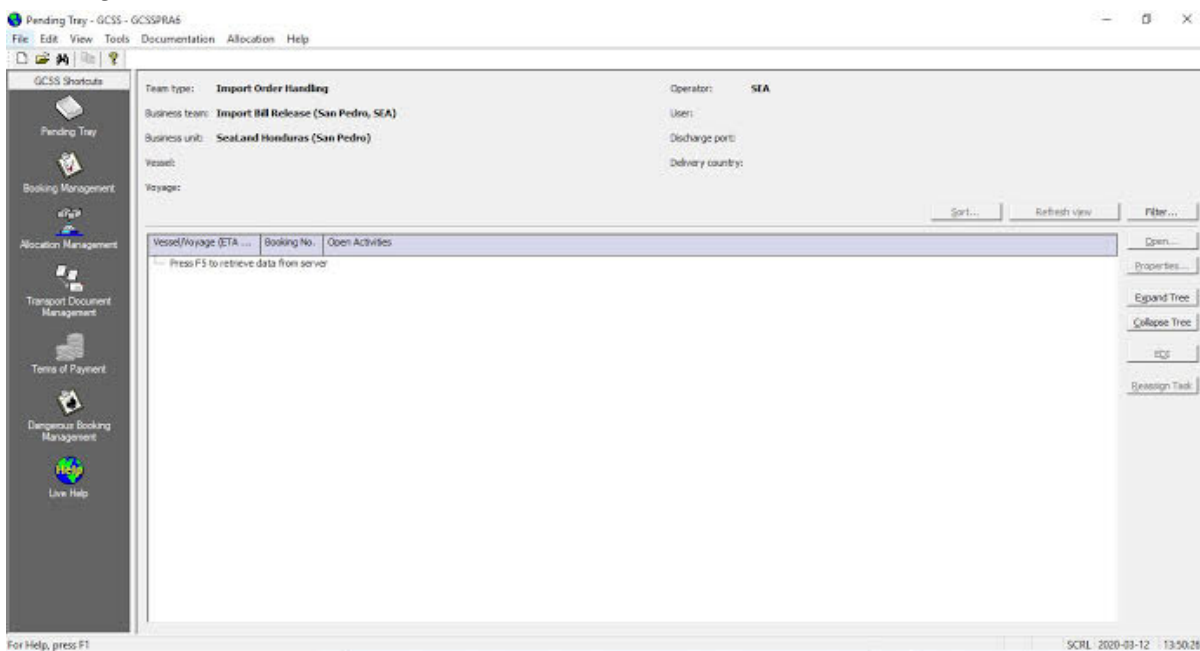
Telefono cisco utilizado en el call center

Anexo 2:



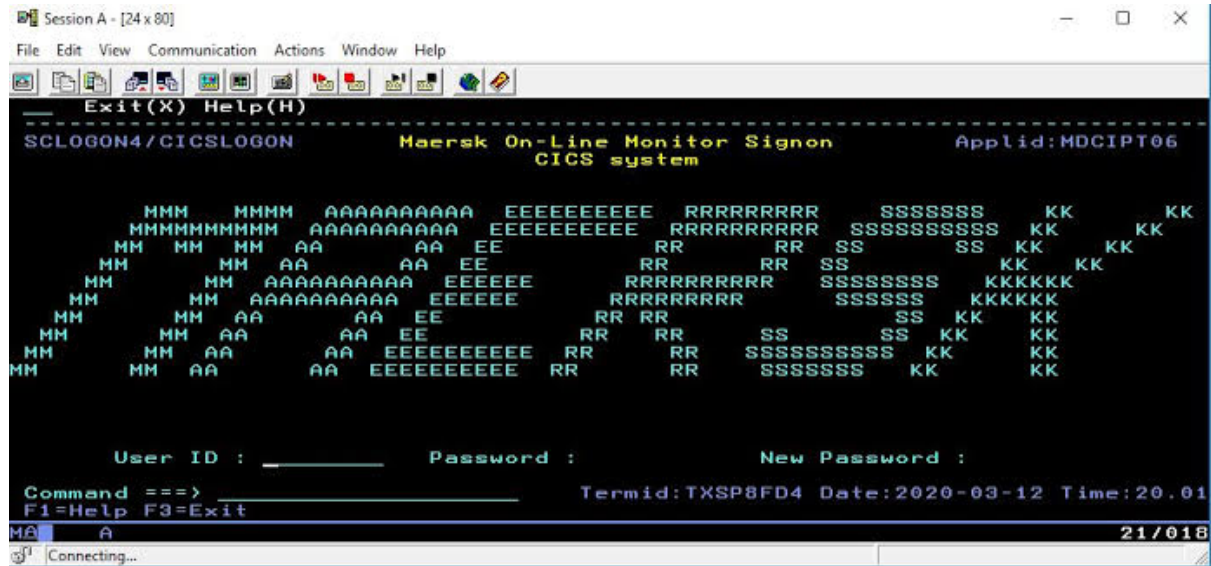
Página principal de Salesforce

Anexo 3:



GCSS

Anexo 4:



RKEM

