



**FACULTAD DE POSTGRADO
TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

**MEJORA DE PROCESOS EN DEPARTAMENTO DE
ADMINISTRACION Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN
UNOTRANS S.A.**

SUSTENTADO POR:

EMELY STEPHANY ALVARENGA RODRIGUEZ

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

**MÁSTER EN
DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

TEGUCIGALPA, F.M, HONDURAS, C.A.

OCTUBRE, 2023

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTORA

ROSALPINA RODRÍGUEZ

VICERRECTOR ACADÉMICO NACIONAL

JAVIER ABRAHAM SALGADO LEZAMA

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

DIRECTORA NACIONAL DE POSTGRADO

ANA DEL CARMEN RETTALLY VARGAS

**MEJORA DE PROCESOS EN DEPARTAMENTO DE
ADMINISTRACION Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN
UNOTRANS S.A.**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE
MÁSTER EN
DIRECCION EMPRESARIAL**

ASESOR

MARIO GALLO

MIEMBROS DE LA TERNA:

**JORGE DACCARET
PATRICIA VILLALTA
JORGE ZELAYA**

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2023
Emely Stephany Alvarenga Rodriguez

Todos los derechos son reservados.



**FACULTAD DE POSTGRADO
MEJORA DE PROCESOS EN DEPARTAMENTO DE
ADMINISTRACION Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN
UNOTRANS S.A.**

**EMELY STEPHANY
ALVARENGA RODRIGUEZ**

Resumen

El comercio internacional es de mucha importancia para la distribución de bienes y servicios de un país a otro país, el transporte internacional permite la distribución de mercancías que genera aumento en la economía mundial. Actualmente Honduras es un país que importan mucha mercadería, pero también se está abriendo hincapié en las exportaciones. Uno trans S.A. es una empresa dedicada a rubro del transporte internacional y nacional tiene más de 25 años en el mercado en el cual su objetivo principal es brindarle servicio de excelencia a sus clientes mediante a sus aliados estratégicos a nivel mundial. Así mismo la empresa necesita la mejora de procesos en el área administrativa para llegar a la estandarización de estos y poder generar el menor número de cuellos de botella, también necesita la implementación de una adecuada planificación estratégica para llegar a cumplir sus objetivos, misión y visión. A través de los resultados obtenidos en los instrumentos se pudo verificar que actualmente no se realiza una planificación estratégica adecuada y que necesita distribuir las funciones de acuerdo con el perfil de puesto de trabajo, así como el mejoramiento y documentación de los procesos. Se recomienda a la empresa implementar la mejora de procesos realizado en este trabajo de investigación, así como las herramientas propuestas para la planificación estratégica y cultura organizacional.

Palabras claves: Cadena Valor, Estrategia, Logística, Planificación, Procesos



GRADUATE SCHOOL

IMPROVEMENT OF PROCESSES IN THE ADMINISTRATION DEPARTMENT AND STRATEGIC PLANNING AT UNOTRANS S.A.

EMELY STEPHANY ALVARENGA
RODRIGUEZ

Abstract

International trade is important for the distribution of goods and services from one country to another, international transportation allows the distribution of goods that generates an increase in the world economy. Currently Honduras is a country that imports a lot of merchandise, but emphasis is also being placed on exports. Uno trans S.A. is a company dedicated to the field of international and national transportation commodities; they are placed at more than 25 years in the market in which its main objective is to provide excellent service to its clients through its strategic allies worldwide. Likewise, the company needs the improvement of processes in the administrative area to achieve standardization of these and to be able to generate the least number of bottlenecks, it also needs the implementation of adequate strategic planning to achieve its objectives, mission, and vision. Through the results obtained in the instruments, it was possible to verify that adequate strategic planning is currently not carried out and that functions need to be distributed according to the job profile, as well as the improvement and documentation of the processes. It is recommended that the company implement the process improvement carried out in this research work, as well as the proposed tools for strategic planning and organizational culture.

Key words: Logistics, Planning, Processes, Strategy Value Chain.

-

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis, primeramente, a Dios ya que sin él no hubiera sido posible, a mis padres, mi hermana, mi sobrina y mi novio por su apoyo incondicional y animarme siempre a seguir mis metas y a no conformarme.

AGRADECIMIENTO

Agradezco totalmente a Dios por ayudarme a llegar a este meta en mi vida, a mi familia y novio por siempre darme fuerzas y ánimos, a Unotrans y sus colaboradores por permitirme realizar mi proyecto de investigación y su colaboración en brindarme toda la información necesaria, al Ing. Mario Gallo por apoyarme en todo el proceso de investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
ÍNDICE DE CONTENIDO	ix
INDICE DE FIGURAS	x
INDICE DE TABLAS.....	xv
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 INTRODUCCIÓN.....	1
1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	2
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	3
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO	4
1.5 JUSTIFICACIÓN	5
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	6
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	6
2.2 CONCEPTUALIZACIÓN.....	30
2.3 TEORÍAS DE SUSTENTO.....	34
2.3.1.1 GESTION DE PROCESOS.....	34
2.3.1.2 PLANIFICACION ESTRATEGICA.....	36
2.3.1.3 MARKETING	39
2.3.1.4 CULTURA ORGANIZACIONAL.....	41
2.3.2METODOLOGÍAS DESARROLLADAS.....	44
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	47
3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA.....	47
3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA.....	47
3.1.2 ESQUEMA DE VARIABLES DE ESTUDIO.....	48
3.1.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	49
3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS.....	50
3.2.1 ENFOQUE.....	50
3.2.2 ALCANCE.....	50
3.3.3 DISEÑO.....	50
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	51
3.3.1 POBLACIÓN.....	51
3.3.2 MUESTRA.....	52
3.3.3 TÉCNICAS DE MUESTREO.....	53

3.4	TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS.....	54
3.5	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	56
3.5.1	FUENTES PRIMARIAS.....	56
3.5.2	FUENTES SECUNDARIAS.....	56
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....		57
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		97
5.1	CONCLUSIONES.....	97
5.2	RECOMENDACIONES.....	98
CAPÍTULO VI.		
APLICABILIDAD.....		99
6.1	NOMBRE DE LA PROPUESTA.....	99
6.2	JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	99
6.3	ALCANCE DE LA PROPUESTA.....	99
6.4	DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO.....	96
6.4.1	MEJORA DE PROCESOS EN DEPTO.ADMINISTRATIVO.....	101
6.4.2	PLANIFICACION ESTRATEGICA.....	145
6.5	CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN Y PRESUPUESTO.....	163
6.6	CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA.....	165
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		166
ANEXOS.....		153

Indicé de Ilustraciones

Figura 1. Evolución del comercio en China en el periodo 2000-2021	6
Figura 2. 20 principales países exportadores a nivel mundial en exportaciones.....	9
Figura 3. Ranking mundial de los 20 principales exportadores.....	10
Figura 4. Crecimiento de exportaciones en el periodo 2020-2021.....	11

Figura 5. Ranking de Asia de mayores exportadores.....	12
Figura 6. Ranking de Asia de mayores importaciones realizadas.....	13
Figura7. Ranking de Europa de mayores exportadores.....	15
Figura 8. Ranking de Europa mayores importaciones.....	16
Figura 9. Ranking de América de mayores exportaciones.....	18
Figura 10. Ranking de mayores importaciones.....	18
Figura 11. Mapa obtenido de Statista.....	19
Figura 12. Rutas del Canal de Panamá	21
Figura 13. Canal de Panamá	22
Figura 14. Aduanas en Honduras por tipo de transporte	24
Figura 15. Imagen de Puerto Cortes	25
Figura 16. Imagen de Puerto Henecán	25
Figura 17. Canal Seco	26
Figura 18. Esquema de estudio de variables	48
Figura 19. Manejo de actividades por colaboradores en Unotrans S.A.	57
Figura 20. Conocimiento de procesos	58
Figura 21. Flujo definido de trabajo Unotrans	59
Figura 22. Interacciones en los puestos de trabajo	60
Figura 23. Conocimiento de tiempos y restricciones en implementación de procesos	61

Figura 24. Distribución de las tareas de los colaboradores	62
Figura 25. Desarrollo en trabajo en equipo en Unotrans	63
Figura 26. Trabajo colaborativo	64
Figura 27. Herramientas necesarias para el depto. Administrativo en Unotrans	65
Figura 28. Formación necesaria para el uso de herramientas en Unotrans	66
Figura 29. Efectividad de los procesos depto. Administración	67
Figura 30. Sugerencias para mejora continua en depto. Administración	68
Figura 31. Oportunidades de mejora en procesos actuales	69
Figura.32 Área de oportunidad de mejora	69
Figura 33. Área que cada colaborador necesita mejorar	70
Figura 34. Acciones de ayuda de jefe directo	71
Figura 35. Segmento de clientes indicados	72
Figura .36 Conocimiento de POA en Unotrans	73
Figura.37 Frecuencia de cálculo de objetivo	74
Figura. 38 conocimiento de elaboración de planes estratégicos	75
Figura. 39 anticipación de POA	76
Figura. 40 metodologías de evaluación de gerencia	78
Figura.41 Segmento del mercado alineada a la propuesta de valor	78
Figura. 42 seguimiento de competencia en Unotrans	79

Figura.43 Análisis del entorno.....	80
Figura.44 Tomadores de Visión en Unotrans.....	81
Figura.45 Enlace de la estrategia con Visión y Misión	82
Figura.46 Celebración de los éxitos de empleados en Unotrans	83
Figura.47 Motivación a los colaboradores por parte de gerencia	84
Figura.48 Recompensa de empleados en Unotrans	85
Figura.49 Frecuencia de actividades recreativas	86
Figura.50 Servicio recibido	87
Figura.51 Recomendación de Unotrans	88
Figura.52 Cumplimiento de necesidades de Unotrans	89
Figura.53 Conocimiento de Unotrans	90
Figura. 54 medio de comunicación para recibir información	91
Figura.55 Preferencia de recibimiento	91
Figura.56 Frecuencia de considerar cambiarse a la competencia	92
Figura.57 Importancia de la publicidad	93
Figura.58 Tiempo de respuesta por parte de Unotrans	94
Figura.59 Promociones ideales para Unotrans	95
Figura.60 Organigrama actual de Unotrans	101
Figura.61 Empresa que trabajan con software de nómina	113

Figura.62 Diagrama de Ishikawa	114
Figura.63 Diagrama de flujo actual pago de planilla primera quincena	115
Figura.64 Diagrama de flujo mejorado de pago de planilla primera quincena.....	118
Figura.65 Diagrama actual de pago de planilla segunda quincena	119
Figura.66 Diagrama de flujo mejorado de pago de planilla segunda quincena	124
Figura.67 Diagrama de Flujo de Compras actual	125
Figura.68 Diagrama de flujo de compras mejorado	127
Figura.69 Diagrama de flujo de pago de proveedores actual	128
Figura.70 Diagrama de flujo pago de proveedores mejorado	131
Figura.71 Diagrama de pago de beneficios	134
Figura.72 Diagrama de pago clientes de contado actual	135
Figura.73 Diagrama de flujo de procesos de contado mejorado	139
Figura.74 Diagrama de flujo de procesos de cobro crédito	140
Figura.75 Análisis FODA	146
Figura.76 Análisis de las 5 fuerzas de Porter.....	148
Figura.77 Análisis Interno y Externo	149
Figuras .78 y79 Promoción en Unotrans	152
Figura .80 Cadena de Valor	153
Figura.81 y 82 Explicación de Matriz POA	154

Figura.83 Explicación de POA	155
Figura.84Explicación de POA	156
Figura.85 Explicación de POA	157
Figura.86 Plantilla de Google Sites	155
Figura.87 Balanced Scored.....	162

Índice de Tablas

Tabla 1 Consolidadora de Honduras	29
Tabla 2. Matriz Metodológica	47
Tabla3. Matriz de operacionalización de las variables	49
Tabla4. Población de colaboradores de depto. Administrativo	51
Tabla5. Población de colaboradores de Gerente Unotrans S.A.	52
Tabla6. Funciones Actuales funciones ideales Gerente Administración	102
Tablas7. Funciones actuales vrs ideales Asistente administrativo	103
Tablas8. Funciones actuales vrs ideales ejecutiva de cobros	105
Tabla9. Funciones actuales vrs ideales Gerente de cobros	107
Tabla10. Funciones actuales vrs ideales jefe de compras	109
Tabla 11. Funciones actuales vrs ideales Mensajeros.....	111

Tabla.12 Implementación de compras	125
Tabla13. Propuesta de valor	151
Tabla 14. Capacitaciones	161
Tabla15.Presupuesto de implementación Unotrans	164

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

El comercio internacional facilita la especialización, la eficiencia, la diversificación y el acceso a recursos y tecnología, contribuyendo al desarrollo económico y al bienestar de las naciones. Las consolidadora de carga son clave en la cadena de suministro global de la empresas a nivel mundial, al proporcionar eficiencia, reducción de costos y acceso a mercados internacionales.

Uno trans lleva 25 años en el rubro logístico, en Honduras al facilitar el comercio internacional, atraer inversión extranjera, impulsar la industria manufacturera y generar empleo. La inversión continua en infraestructura y la mejora de la eficiencia logística son esenciales para el desarrollo económico sostenible del país. La presente investigación es sobre la implementación de mejora de procesos en el área administrativa de la empresa Unotrans S.A y del análisis del marco estratégico de la empresa.

A causa de que la empresa le surge la necesidad de tener estandarizados los procesos en el área administrativa ya que es la única área donde no se han estandarizado y así mismo un correcto desarrollo de marco estratégico de la empresa para que la empresa pueda cumplir los objetivos planteados para su crecimiento. Se buscará la mejorar y documentación de los procesos en el área administrativa mediante la definición de perfiles de puestos, verificación y mejoramiento de los procesos actuales.

Así mismo la implementación de una adecuada planificación estratégica se obtendrá analizando el entorno interno y externo actual de la empresa, se estará brindado a la empresa la una plantilla adecuada para que la empresa empiece a la realización de su POA cada año, se realizara una propuesta de valor donde incluya promociones a beneficios de los clientes de Unotrans, se hará planteamiento de propuestas para la mejora de cultura organizacional mediante capacitaciones de los empleados e inclusión de responsabilidad social donde fomenta el trabajo en equipo de toda la empresa para causas sociales

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Uno trans es una empresa dedicada al rubro logístico como consolidadora de carga brindando servicios de transporte y seguro. Fue fundada hace 25 años en el rubro de logística con tres colaboradores y al pasar los años la empresa fue creando cada departamento como los son: al pasar los años la empresa fue creando cada departamento como iniciando con los departamentos de ventas quienes son los que salen al mercado a vender los diferentes servicios de transporte y seguro, y coordinación quienes brindan estatus a los clientes. En el año 2012 se incorporaron los departamentos de tráfico quienes realizan consolidado, gestionan la parte operativa cuando las cargas llegan, y administración quienes se encargan de llevar la contabilidad, pago de proveedores, cobro a los clientes, y compras de la empresa, así mismo la empresa llegó a tener a este año alrededor de 50 colaboradores.

Sin embargo, en todos estos años no habían implementado los departamentos de Recursos humanos, IT, ni estandarización de ninguno de los departamentos, hasta finales del año 2021 la empresa decidió generar el departamento de calidad con ingenieros industriales y el departamento de IT contratando un ingeniero en sistemas encargado de garantizar la organización, funcionamiento y mantenimiento de las aplicaciones de hardware y software pertinentes dentro de la organización.

De igual forma, es responsable de la gestión y seguimiento de los proyectos de IT de acuerdo con las necesidades operativas y comerciales, evaluando oportunidades de mejora mediante el liderazgo e innovación, y recursos humanos a cargo de la directora de operaciones, responsable de reclutamiento, selección, contratación, nóminas, despidos, y de la cultura organizacional de la empresa.

La empresa, al tener agentes internacionales, tuvo la necesidad de certificarse en el año 2023 en ISO 9001 2015 en el área de ventas, obteniéndolo. Para cumplir con la norma desarrollaron dos fichas de procesos: FP-05 Control Operacional donde se describieron todo el proceso en Uno trans y la FP-07 ventas donde se enfoca principalmente en el contacto y cumplimiento de los requerimientos del cliente. Cada ficha cuenta con entradas, salidas, recursos, responsables y actividades principales y de igual forma, desarrollaron instructivos técnicos para cada departamento operativo, donde determinan las actividades a detalle que deben cumplir, mencionan a los responsables y algunos paso a paso de las actividades principales que desempeñan.

Asimismo, incluyeron mapas de procesos y documentaron la trazabilidad del servicio en cada departamento (requisito de norma). La norma también exige que exista una identificación y control de riesgos, por lo que para cada proceso identificaron riesgos, evaluaron y controlaron por medio de un plan de control riesgos.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Los problemas actuales del departamento de administración de Unotrans S.A. incluyen:

-Una estructura organizativa desactualizada, lo que resulta en mala comunicación y desorden en las actividades.

-Carecen de manuales organizacionales y de un manual de procesos que informe la realización de las actividades de cada puesto.

-No hay capacitaciones enfocadas en el área administrativa para que los trabajadores puedan resolver de la mejor manera, estas ayudarían a la empresa a prepararse proactivamente y abordar problemas con previsión.

-Distribución no equitativa de la carga laboral en el departamento de cobros, ya que los colaboradores a cargo no les rinde el tiempo suficiente para abarcar todas las necesidades que abarca el puesto.

-Al no establecer una planificación estratégica adecuada causa una asignación de recursos inadecuada, ineficiencia, incumplimiento de metas, desventajas competitivas. Lo que lleva a impedimento de lograr que las metas y objetivos sean concretos para la toma de decisiones acertadas, de los gerentes tomadores de decisiones refuerzan la creatividad en la implementación de análisis y planes de desarrollo para mejoras de la empresa.

La empresa actualmente no implementa marketing en la empresa.

1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las metodologías que se utilizarán para realizar una planificación estratégica, la mejora de procesos en el área administrativa e inclusión de marketing de Unotrans S. A.?

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Cuáles son los problemas que están afectando la estandarización de procesos en el departamento administrativo de la empresa Unotrans S.A.?
2. ¿En qué se beneficiará la empresa al realizar una planeación estratégica?
3. ¿En qué ayudar a la empresa a incluir marketing en la empresa?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar una planificación estratégica de la empresa, y una mejora de procesos en el departamento de administración, mediante el uso de metodologías e instrumentos adecuados para aumentar la eficiencia, mejorar la calidad, y reducir los errores en Unotrans S.A

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar los problemas en los procesos para realizar la adecuada estandarización de estos y poder realizar un manual de procesos en el departamento de administración.
2. Realizar una planificación estratégica para beneficiar a la empresa en generar mayor, mejorar el rendimiento laboral, dará dirección y enfoque a los equipos.
3. Implementar marketing en la empresa para el cumplimiento de objetivos estratégicos.

1.5 JUSTIFICACIÓN

La mejora de procesos en una empresa es de suma importancia porque optimiza tiempos, minimiza costos, incrementa la eficiencia y la calidad. La gestión de proceso incorrecto hace que la empresa tenga pérdidas en sus recursos y tiempo, así misma inconformidad en los clientes internos y externos. Las propuestas de mejora brindan soluciones a los problemas que están ocurriendo en la empresa, por lo que la importancia de realizar esta tesis en Uno trans S.A. en el departamento de administración ayudara a que tengan una estructura organizativa actualizada, de manera que los miembros del departamento tengan definida sus funciones y tareas, un manual como guía de procesos que indique la descripción de sus funciones y cargos, evitara duplicación

de funciones entre sus miembros y reprocesos, ayudara en la calidad tanto a los clientes externos y sus proveedores.

La oportunidad de mejora de planeación estratégica en Uno trans S.A. ayudará a proporcionales los resultados eficientes donde previene situaciones que pueden llegar afectar o beneficiar en futuro a la empresa. Determina hacia dónde va la empresa, definiendo su situación actual y a qué dirección los trabajadores se dirigirán. Se definen fortalezas, oportunidades, amenazas, y debilidades, ventajas competitivas, y la cadena de valor.

De esta manera, la planificación estratégica ayuda a la dirección de la empresa a crear estrategias. Ella coordina las estrategias de cada área de la empresa y las compara con sus objetivos, expectativas y prioridades para asegurarse de que sean coherentes.

La oportunidad de mejora de planificación estratégica de marketing ayuda que las actividades sigan la visión y misión de la empresa, tiene un potencial de alcanzar un gran número de usuarios que no conocían a la empresa y como resultando generar más volumen de ventas, ayudará a la empresa a donde quiere proyectarse a corto, mediano y largo plazo, brinda fortaleza comercial de oportunidades de mercado, facilita los esfuerzos de venta a que obtengan mejores resultados, refuerza la imagen de la empresa en el mercado, se centran en destacar el servicio de la empresa, segmenta y personaliza el target que la empresa está interesada.

El plan de marketing ayuda a definir la ruta crucial que debe seguir la empresa al establecer alternativas a los cambios en las decisiones de los clientes y del mercado. Proporciona herramientas que ayudan a comprender mejor el mercado y segmentarlo utilizando las últimas tecnologías digitales.

Es esencial tener una comprensión profunda del entorno y del sector. Esto determinará la posición actual de la empresa y las acciones que tendrán más éxito.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

COMERCIO INTERNACIONAL

El comercio internacional se refiere a todas las actividades comerciales que involucran la transferencia de bienes, recursos, ideas, tecnología y servicios entre diferentes países y sus mercados (es parte de la economía).

Esto se hace en moneda extranjera y está sujeto a regulaciones adicionales de los participantes de importación y exportación y los gobiernos de sus países de origen. Ceballos, A (2022).

A partir de la conclusión de la Segunda Guerra Mundial (SGM) cuando el mundo se reconfiguró para estimular el comercio internacional, se dio pie a la creación en 1947 del Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT), con el objetivo de regular los aranceles, reducir gravámenes y restricciones de mercancías entre los países miembros. (OMC,2022).

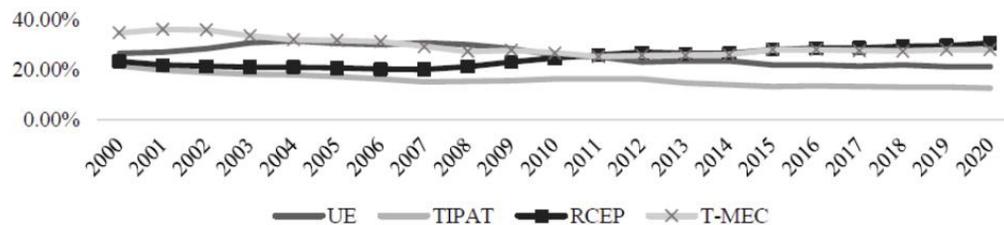


Figura 1. Evolución del comercio de China en el periodo 2000-2021

Fuente: Artículo Limón Villegas,2023

VENTAJAS COMPETITIVAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

-Mejora competitividad: cuentan con proveedores y suministradores que ofrecen precios más competitivos.

-Genera empleos: Aumenta el volumen de trabajo de las empresas, lo que aumenta la cantidad de trabajo disponible para ellas. Las importaciones y las exportaciones brindan empleo en todos los países mediante las empresas dedicadas al rubro logístico,

-Atrae nuevos inversores: Tener acuerdos internacionales aumenta la competitividad y el valor de los productos.

-Mayor eficiencia y mayor beneficio: aumentar la competitividad de una empresa, aumentará las ganancias, lo que brinda grandes beneficios.

-Ampliación del mercado: mediante la provisión de productos que ingresan al país para su manufacturación. Así mismo el comercio internación permite que país obtenga materias primas a menor precio o productos que no se producen en el país para la transformación en producto terminado.

-Diversificación de la economía: la economía a través del comercio exterior puede reducir este riesgo de depender lo que está en un solo país y hacer que la economía sea más resistente a las crisis. Así como existen ventajas competitivas también existen ventajas de competitivas como lo es el impacto en medio ambiente, pandemias como ejemplo damos lo que ha pasado desde 2020.

El impacto económico y social que dejó el COVID-19 logró que todos los países del mundo fueran afectados al tener de escasez, espacio, y precios más elevados vistos en la historia de los contenedores a causa de la pandemia, haciendo que muchas microempresas se dieran a la quiebra al no poder pagar el monto oneroso de un contenedor y al no tener

comercio en los diferentes países por miedo al contagio, así mismos desempleos en la mayoría de las empresas al no poder sostener la carga operativa.

En Europa la guerra de Ucrania tuvo mucho impacto en el alza de los precios en productos y materias primas ya que a causa de la escasez de petróleo obtenido para combustibles.

El comercio internacional se ve afectado por fenómenos mundiales que llegan impactar a todos. Limón Villegas, E. S., Tecnológico Nacional de México/ITJMMPYH., y

Universidad de Guadalajara Universidad de Colima, & González García, J. (2023)

MAYORES EXPORTADORES E IMPORTADORES DEL MUNDO

Los 20 principales países exportadores a nivel mundial en exportaciones

(en miles de millones de dólares)

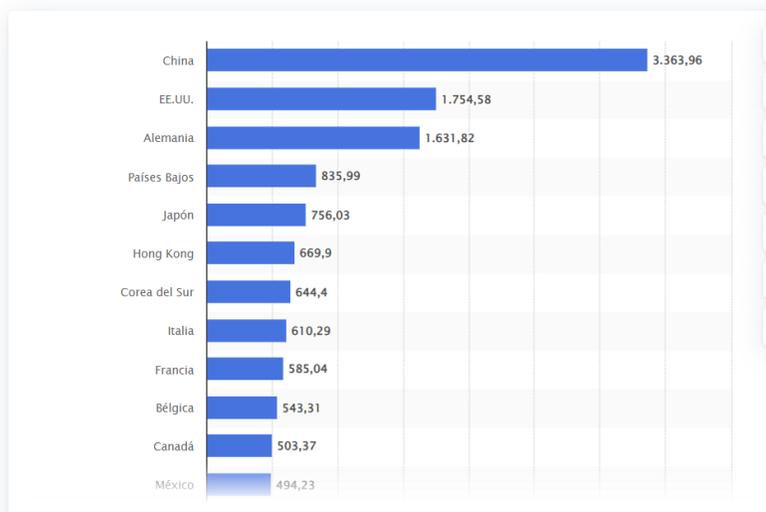


Figura 2. Los mayores exportadores a nivel mundial al año 2022

Fuente: Statista

En esta tabla muestra los mayores exportadores en miles de millones de dólares con el ranking número 20 desde con China en primer lugar sucesivamente terminando con México el lugar número 20

Ranking mundial de los 20 principales países import

(en miles de millones de dólares)

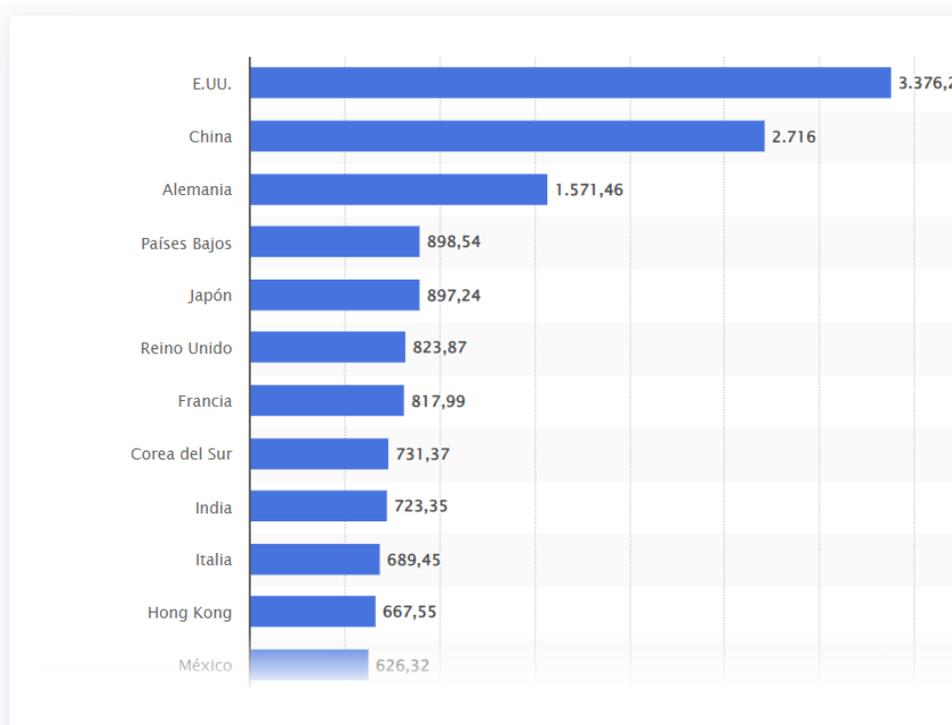


Figura 3. Los mayores importadores a nivel mundial al año 2022

Fuente: Statista

En esta tabla muestra los mayores importadores en miles de millones de dólares con el ranking número 20 desde con China en primer lugar sucesivamente terminando con México el lugar número 20.

En la próxima información están detallados las exportación e importaciones con top ranking de cada continente, la misma fue obtenida por García, G. (s/f). *The observatory of economic complexity*. OEC - The Observatory of Economic Complexity.

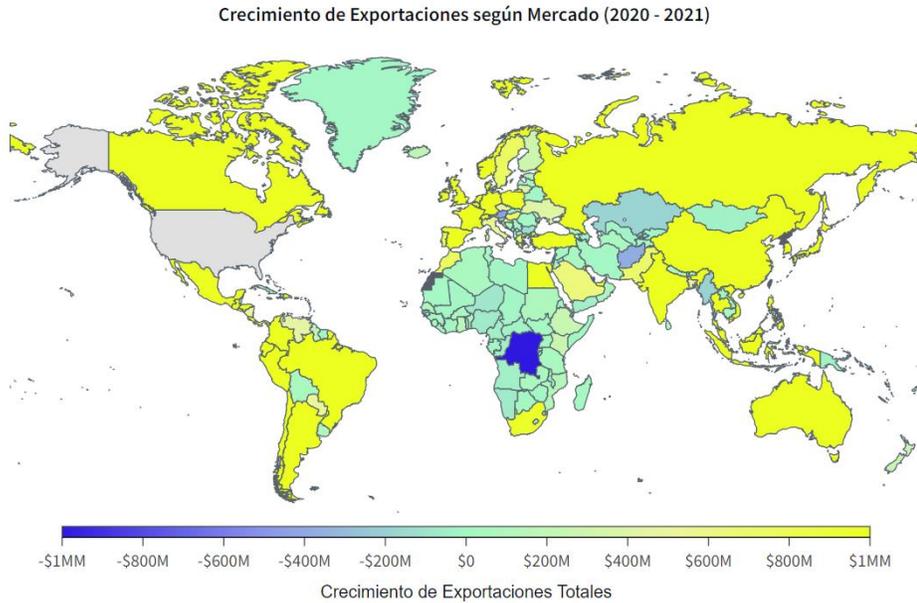


Figura.4 Crecimiento de exportaciones en el periodo 2020-2021

Fuente: oec.world

La figura 2 muestra el crecimiento de las exportaciones a nivel mundial siendo los numero representados en la misma miles de millones de dólares en exportaciones. El color verde muestra los países que más exportaciones han tenido en el mundo con 1 millón de miles de dólares o más al año.

El color verde representa los países que están en el rango de -200 millones de miles de dólares a 400 millones de miles de dólares. Siendo el signo negativo el decrecimiento de exportaciones. El color azul representa decrecimiento de exportaciones de países en un rango de -1 millón de miles de dólares a 200 de millones de miles de dólares.

PRINCIPALES EXPORTADORES E IMPORTADORES EN ASIA

Los países con mayor exportación en Asia son: China, Corea, Japón, e India.

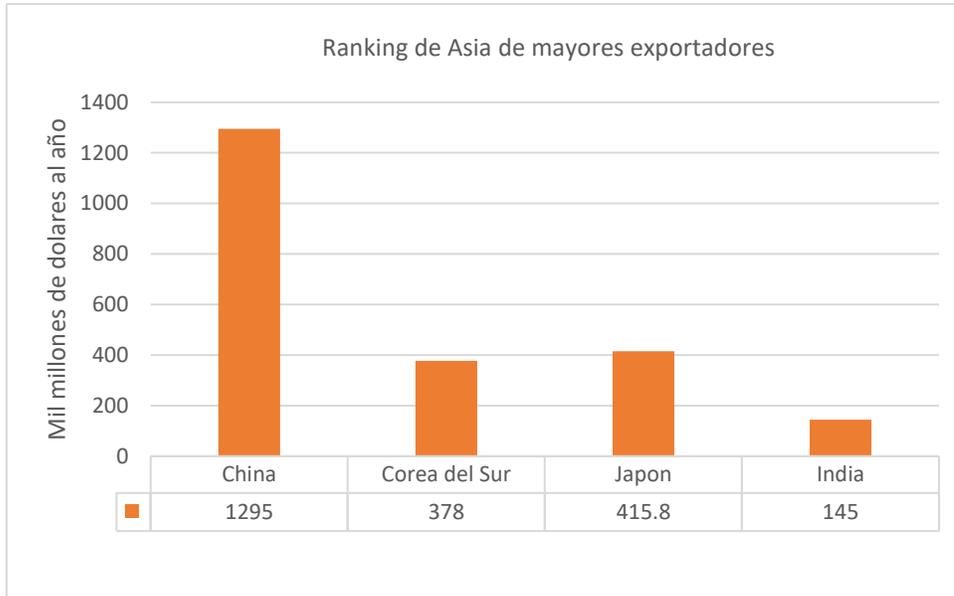


Figura 5. Ranking de Asia de Mayores Exportadores

Fuente: realizado por cuenta propia con información de OEC WORLD

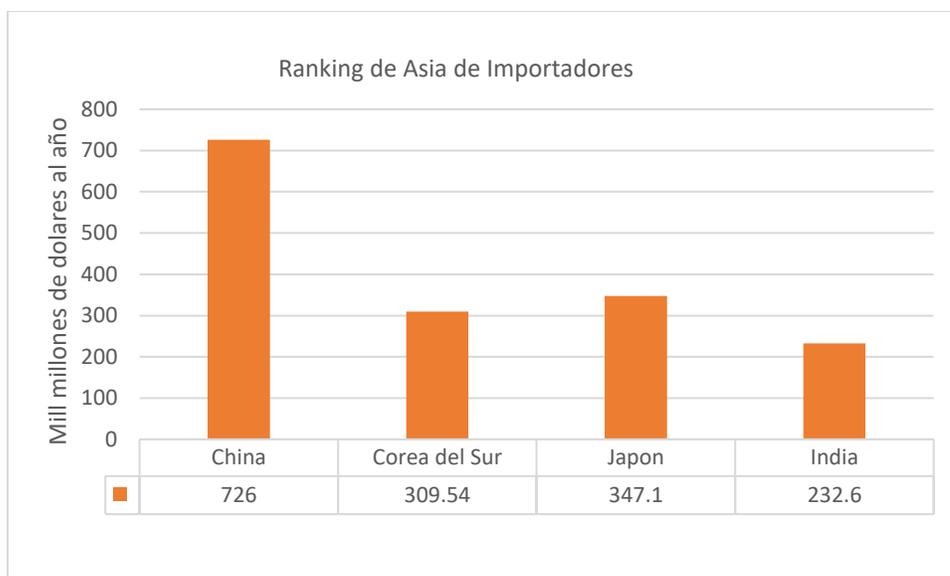


Figura 6. Ranking de Asia de Mayores Importaciones

Fuente: Realizado por cuenta propia con información de OEC

CHINA

En el año 2021, a causa de las exportaciones, China logro alrededor de 3.36 billones de dólares estados unidos, con estadísticas China muestra que ser el país más fuerte con mayor economía manufacturera y exportador del mundo. Obtuvo el primer lugar en el ranking en importan son: Corea del sur, Japón, Estados Unidos, Australia, y China Taipéi.

COREA DEL SUR

En el año 2021, Corea del Sur obtuvo el título de 10 de la economía más destacada en el mundo, ostentando el quinto lugar como uno de los exportadores más destacados y el noveno lugar como importadores totales. Este país tiene el cuarto lugar de la economía más compleja.

Las principales exportaciones de productos son: Circuitos integrados, coches, petróleo refinado, vehículos de motor, piezas, y accesorios, piezas de máquina de oficina. Siendo los países donde más exportan: China, Estados Unidos, Japón, Vietnam, y Hong Kong, respectivamente.

JAPÓN

En el año 2021 obtuvo el ranking número cuatro en exportaciones e importaciones totales. Tiene el lugar número uno de la economía más compleja según la índice complejidad económica.

Los países donde importan son :China ,Estados Unidos .Australia ,China Taipéi y Corea del Sur .

INDIA

Según el Índice de Complejidad Económica (ECI), India fue el número 14 en exportaciones e importaciones totales en 2021 y el número 11 en la economía más compleja.

El petróleo refinado, los diamantes, los medicamentos envasados, la joyería y el arroz son las principales exportaciones de India. La India importa principalmente petróleo crudo, oro, briquetas de carbón, diamantes y gas petróleo. Importando principalmente de China, Emiratos Árabes Unidos, Estados Unidos, Suiza y Arabia Saudita.

PRINCIPALES EXPORTADORES E IMPORTADORES DE EUROPA

Alemania ocupa el tercer lugar en la Unión Europea en términos de exportación de automóviles, mientras que Francia ocupa el séptimo lugar, justo detrás de Japón, Corea del Sur y Hong Kong.

Los informes oficiales resaltan que Holanda, un país con una población de 17 millones de habitantes, se encuentra en el octavo lugar, superando a Italia y el Reino Unido, que ocupan el noveno y el décimo lugar, respectivamente, a pesar de que estas últimas tienen una densidad de población mucho mayor que los Países Bajos.

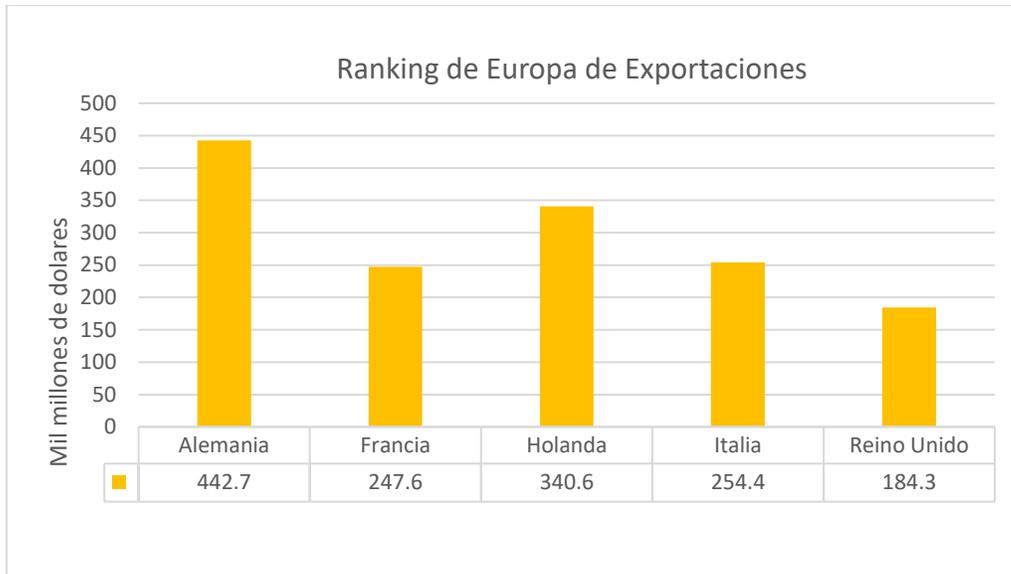


Figura7. Ranking de Europa Exportadores

Fuente: Realizado por cuenta propia con información de OEC

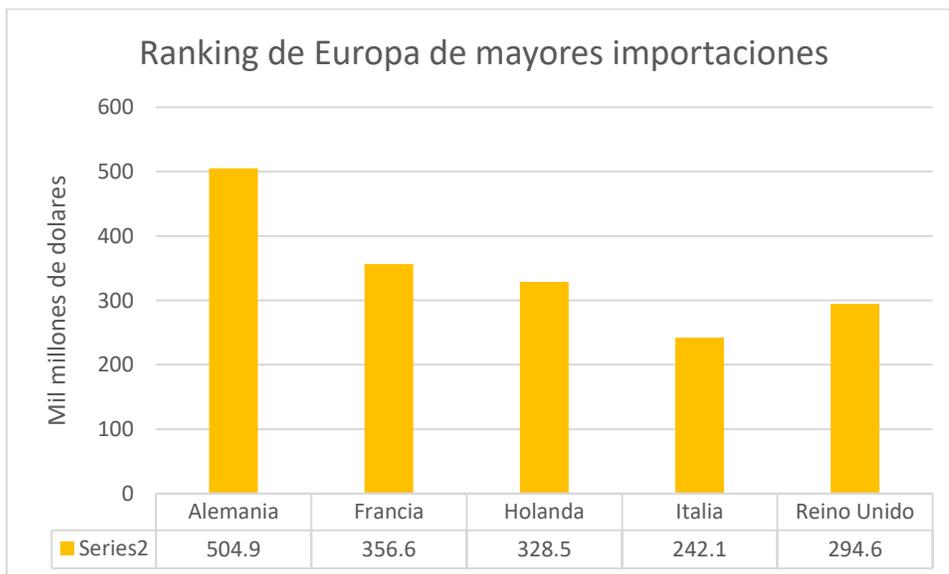


Figura 8. Ranking de Europa Importaciones

Fuente: Realizado por cuenta propia con información de OEC

ALEMANIA

En abril de 2023, las exportaciones principales de Alemania fueron automóviles y camiones de motor, productos farmacéuticos, chasis, estructuras, motores y otras máquinas, máquinas para la producción y distribución de energía eléctrica y otras máquinas.

FRANCIA

Alemania importó principalmente de China, los Países Bajos, los Estados Unidos, Polonia e Italia en abril de 2023. También exportó en su mayoría a países como los Estados Unidos, Francia, Holanda, China y Polonia.

HOLANDA (PAÍSES BAJOS)

Según el Índice de Complejidad Económica (ECI), en 2021, Países Bajos fue la economía número 17 del mundo en términos de PIB, el número 6 en exportaciones totales y el número 8 en importaciones totales, y la economía número 22 más compleja.

ITALIA

Según el Índice de Complejidad Económica (ECI), en 2021, Italia fue la economía número 8 del mundo en términos de PIB, la número 7 en exportaciones totales, la número 10 en importaciones totales, la número 27 en términos de PIB per cápita y la número 19 más compleja.

REINO UNIDO

Según el Índice de Complejidad Económica (ECI), en 2021, el Reino Unido fue el número 5 en términos de PIB, el número 13 en exportaciones totales, el número 7 en importaciones totales, el número 22 en términos de PIB per cápita y el número 11 en complejidad.

PRINCIPALES EXPORTADORES E IMPORTADORES DE AMÉRICA

En América, Estados Unidos, Brasil, México, Chile, y Costa Rica son los países que más exportan. Colombia y Perú están trabajando en la apertura de su sector exportador a corto y mediano plazo.

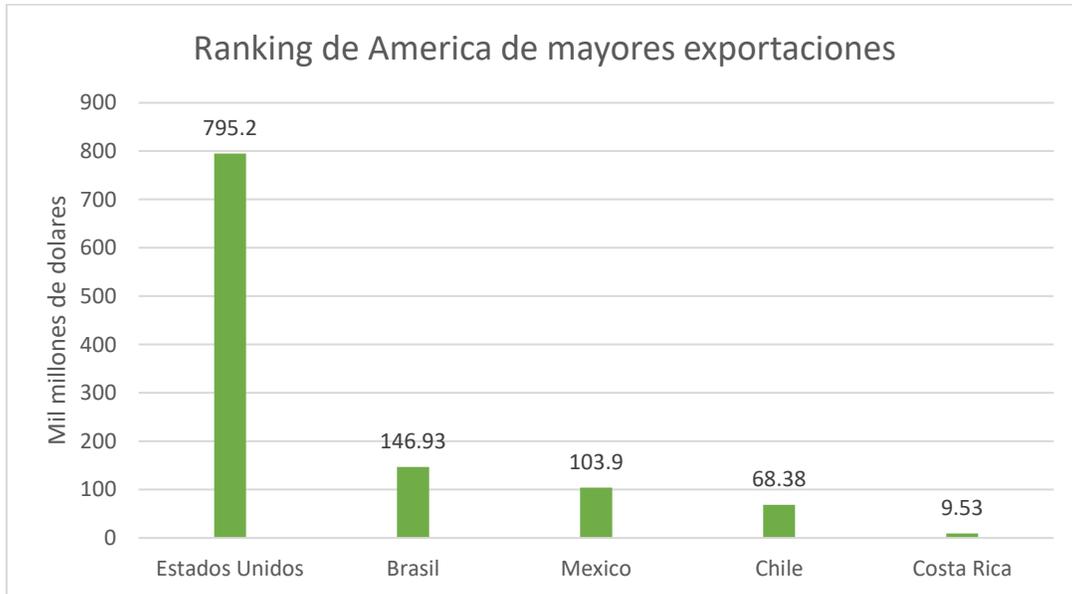


Figura9. Ranking de América Exportadores

Fuente: realizado por cuenta propia con información de OEC

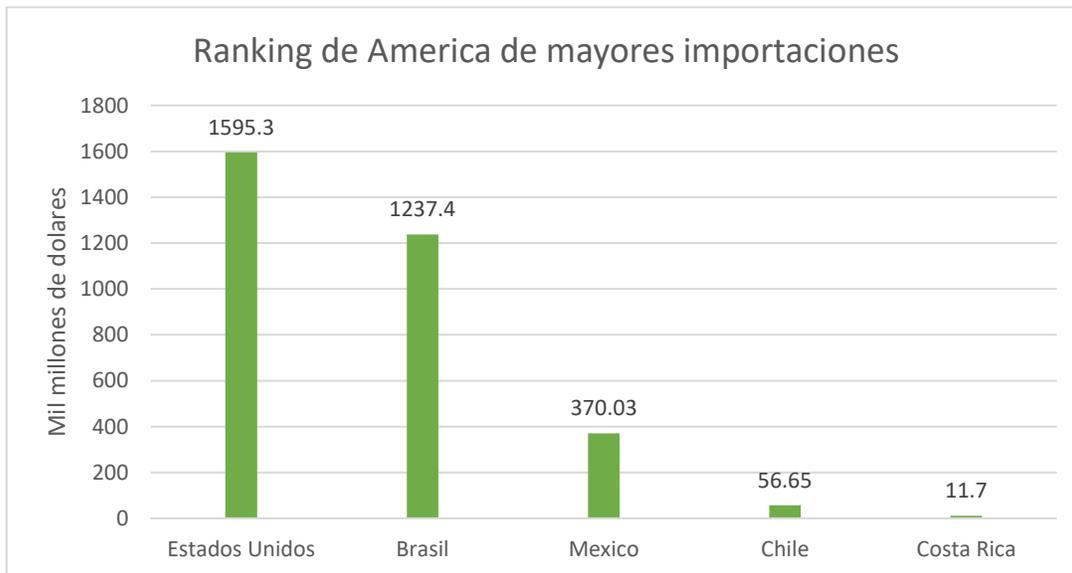


Figura10. ranking de Asia de Europa Importadores,

Fuente: Realizado por cuenta propia con información de OEC



Figura 11. Obtenida de la página de Statista.

Fuente: Statista

ESTADOS UNIDOS

En abril de 2023, las exportaciones principales de los Estados Unidos fueron petróleo crudo, gasolina, piezas de aviones, petróleo refinado y productos básicos no especificados en otros. Han considerado que el comercio fomenta el desarrollo económico, la estabilidad social, la democracia y las relaciones internacionales más positivas. En los últimos tiempos ha tenido la aparición de diversos conflictos comerciales (principalmente con China, quien

BRASIL

En 2021, Brasil fue el principal exportador mundial de soja, azúcar en bruto, carne de ave carne bovina congelada, y sulfato de leña química.

MÉXICO

De acuerdo con el Índice de Complejidad Económica (ECI), México tuvo el PIB per cápita 67 más alto, las exportaciones totales 12 más grandes, las importaciones totales 13 más grandes, las exportaciones totales 12 más grandes y la economía más compleja 23 en el mundo en 2021.

México fue el principal exportador mundial de camiones de entrega, cerveza, frutas tropicales, otras verduras y tomates en 2021, así mismo fue el importador más grande del mundo de tuberías de aluminio, papel carbón, sulfatos, papel corrugado y barra de zinc. donde importan: Estados Unidos , China , Alemania , Corea del Sur , y Japón .

CHILE

En abril de 2023, Chile exportó principalmente minería de cobre, cobre refinado, carbonatos, productos básicos no especificados en otros y filetes de pescado. Chile exportó principalmente a China, Estados Unidos, Corea del Sur, Japón y Brasil, mientras que importó principalmente desde Estados Unidos, Suiza, China, Alemania y Brasil.

COSTA RICA

Según el Índice de Complejidad Económica (ECI), en 2021, Costa Rica fue la economía número 77 del mundo en términos de PIB, la número 79 en exportaciones totales, la número 85 en importaciones totales y la economía número 52 más compleja.

Los países principales a los que se exporta son Estados Unidos, Países Bajos, Bélgica, Guatemala y Panamá. Costa Rica importa principalmente petróleo refinado, instrumentos médicos, equipos de transmisión, automóviles y circuitos integrados principalmente de Estados Unidos, China, México, Malasia y Guatemala.

PANAMÁ.

Panamá en el 2021 fue la economía número 78 del mundo en términos de PIB, la

número 112 en términos de exportaciones totales, la número 63 en términos de importaciones totales y la número 51 en términos de complejidad económica.

El canal de Panamá permite a los barcos que parten de la costa Este y la costa Oeste de América del Norte acortar una distancia de uno 15000 kilómetros que la ruta del cabo Hornos).

Las principales rutas comerciales con tráfico en el Canal de Panamá son:

- Costa Este de E.U.A. y Asia (Lejano Oriente)
- Costa Este de E.U.A. y Costa Oeste de Suramérica
- Europa y Costa Oeste de Suramérica
- Costa Este E.U.A. - Costa Oeste Centroamérica
- Costa a Costa de Suramérica

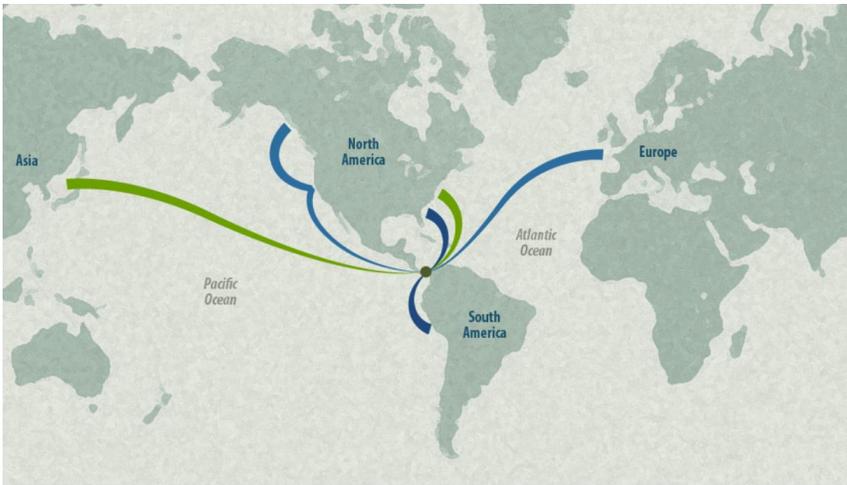


Figura 12. Rutas del Canal de Panamá.

Fuente: Georgia Tech Panamá



Figura 13. Canal de Panamá,

Fuente: autoridad de Panamá

HONDURAS

Según el Índice de Complejidad Económica (ECI), en 2021, Honduras fue la economía número 98 en términos de PIB, la número 100 en exportaciones totales, la número 91 en importaciones totales, la número 129 en términos de PIB per cápita y la economía número 84 más compleja.

Honduras exporta principalmente café, suéteres de punto, cable aislado, camisetas de punto y aceite de palma a Estados Unidos, El Salvador, Guatemala, Nicaragua y Alemania. Las importaciones principales de Honduras provienen principalmente de China, Guatemala, El Salvador y México. Estos productos incluyen petróleo refinado, hilo de algodón puro no minorista, fibras sintéticas básicas sin retraso y hierro de mano plana recubierto.

Honduras fue el exportador número 100 del mundo en 2021 con \$9,2 millones. Las exportaciones han aumentado por \$1,62 millones en los últimos cinco años reportados, pasando de \$7,6 millones en 2016 a \$9,22 millones en 2021.

El café (\$1,35 millones), los suéteres de punto (\$1,23 millones), el cable aislado (\$833 millones), las camisetas de punto (\$801 millones) y el aceite de palma (\$344 millones) lideran las exportaciones más recientes. Honduras exporta principalmente a Estados Unidos (\$4,61 Millones El Salvador (\$670 millones), Guatemala (\$575 Millones), Nicaragua (\$411 Millones) y Alemania (\$371 Millones).

En contraste con las situaciones en las que el número de productos que pueden exportarse en condiciones competitivas es estático, el índice de RCA indica si un país está en el proceso de expandir su gama de productos con un potencial comercial.

Restos textiles, café, melones, tejer abrigos para hombres, y suéteres de punto son los productos en los que Honduras tiene un alto nivel de especialización.

PRINCIPALES ADUANAS EN HONDURAS

Esta información ha sido obtenida de la página de administración aduanera dividida por Regiones. Aduanas. (2018, diciembre 5). Administración Aduanera de Honduras.

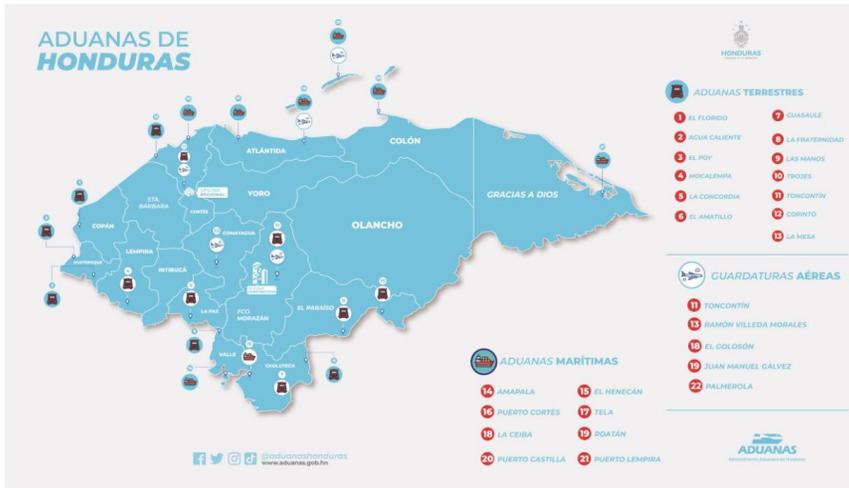


Figura 14. Aduanas en Honduras divididas por el tipo de transporte.

Fuente: La página web de Administración Aduanera de Honduras.

PUERTO CORTÉS

Esta aduana está ubicada en la zona norte del país, en el Departamento de Puerto Cortés. Este puerto es el más grande para el ingreso de carga marítima en Honduras, las operaciones para descarga de contenedores del buque tardan alrededor de 24 horas.

La manipulación de las cargas TRRC y SFC, que utilizan sus grúas de barco para manipular contenedores, utilizan una grúa pórtico siempre que sea posible.

Vía de acceso terrestre: Corredor Logístico 391 km

Categoría: Aduana Marítima



Figura15. Imagen de Puerto Cortes

Fuente: Revista Summa

ADUANA EL HENECÁN

Por su ubicación estratégica en el Océano Pacífico, Henecán es una de las aduanas hondureñas que recibe diariamente un gran volumen de mercancías, especialmente de China y Europa continental.

Vía de acceso: Marítima



Figura 16. Imagen de puerto Henecán

Fuente: Obtenida de Honduras en sus manos

PROYECTO DEL CANAL SECO

El canal seco es un proyecto que ha contemplado desde hace 20 años en Honduras, el objetivo de esta autopista era conectar Puerto Cortes en el Atlántico, en el pacífico el Golfo de Fonseca, como iniciativa para poder unir todas las aduanas marítimas del país para la facilidad del comercio internacional en el país. Tiene una longitud de 330 kilómetros y cuatro carriles que une a Puerto Cortés con la Frontera de El Amatillo.

Lo que la comunidad hondureña esperaba era que las mercancías se transportaran en menos de cinco horas entre ambos puntos. Los planes, era la edificación de un puente y un puerto en Amapala, ubicado en el golfo de Fonseca. Se esperaba que la carretera de cuatro carriles, que atraviesa los departamentos de Comayagua, La Paz y Valle, mejorará las conexiones con El Salvador, Guatemala y Nicaragua, integrando con otras infraestructuras como Puerto Cortés y el Aeropuerto de Palmero la, con el fin de transformar Honduras en un centro logístico, para el

intercambio de comercio internacional y que el país avanzara La carretera, que tiene una longitud de 100.49 kilómetros, conecta el norte, el centro y el sur de Honduras, lo que la convierte en una ruta estratégica para el comercio del país y la región.

El Canal Seco estaba destinado a ser una ruta confiable y segura, ahorrando varias horas a los viajeros que viajan del sur al norte y viceversa, así como allanar el camino para el crecimiento económico y la reactivación. También forma parte del Corredor Logístico, ya que se conecta con la CA-5 Norte, la cual lleva a Puerto Cortés, ubicado en Cortés, uno de los puntos de desembarque más importantes de Centroamérica.

El tránsito pesado proveniente de El Salvador y Nicaragua puede tomar esta ruta y reducir el tiempo de viaje para llegar al puerto, ya que la distancia entre Comayagua y Goascorán de aproximadamente una hora.

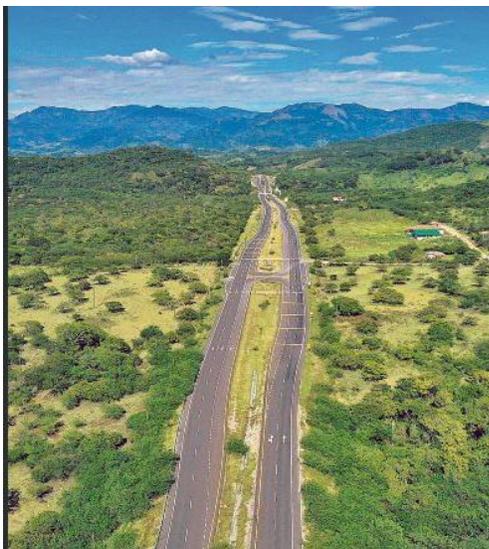


Figura17. Canal Seco, (2022, mayo 6).

Fuente: Portal logístico de Panamá

OPERADORES LOGÍSTICOS

A continuación, se leerá la siguiente información donde se encuentran en el top 3 de los operadores logísticos a nivel mundial donde ejecutan su operaciones en orden, tiempo, y forma.

FEDEX

Para hacerlo más fácil, FedEx brinda una amplia gama de servicios y herramientas. Ya sea que envíen documentos, cajas o fletes, se puede contar con FedEx para una entrega rápida y confiable a más de 220 lugares en todo el mundo. En lugar de volar directamente, los aviones de FedEx hacen su transición a través de hubs que están estratégicamente ubicados. Por lo tanto, la paquetería se coloca de inmediato en los aviones de salida y, como *resultado*, este modelo operativo. FedEx es una empresa que es famosa por su slogan: *“La felicidad es recibir un paquete de FedEx”*, pues la empresa promete entregar su paquete de manera segura. (FEDEX, 2023)

DHL

Nominada como la empresa de logística líder a nivel mundial. Contamos con un personal superior de 600,000 personas en más de 220 países y territorios, quienes trabajan a diaria manera audaz, muy específica y sin descansar, para ayudarlo a cruzar fronteras, participar en nuevos mercados y hacer crecer su negocio satisfactoriamente, así como también para hacer envíos de cartas a sus seres queridos. Las divisiones de DHL están por: DHL EXPRESS, GLOBAL FORWARDING & DHL E COMMERCE.

La empresa se basa en la Globalización, Digitalización, E-Comercio y Sustentabilidad, que son tendencias para aprovechar el potencial de crecimiento rentable a largo plazo en los negocios de logística centrales, mientras intensifica la transformación digital en todo el Grupo. (DHL, 2023)

UPS

Para la empresa, a través del mensaje de su slogan, el cliente es lo más importante cuando se trata de eliminar las tensiones. Nuestra experiencia como empleados demuestra que las personas lideran, el liderazgo siempre es promovido. El valor en el que UPS cree es la

Innovación Impulsa. La innovación es necesaria para toda empresa, sea nueva o no. Se trata de una crítica clave para la supervivencia de las industrias. Es por eso por lo que Ups se permite la creación de procesos nuevos que puedan diferenciar notablemente a la organización dentro del mercado empresarial de la logística.

Con más de 330,000 empleados en Estados Unidos, UPS se pone al frente como una de las

empresas de logística más efectivas, reconocidas y mayor utilizadas a nivel mundial.

(UPS, 2023)

Consolidadoras en Honduras

Tabla 1. Obtenida de página de administración aduanera de Honduras

"SOFT CARGO" S. DE R.L.	PORT TO PORT HONDURAS SA DE CV
ADUAMAR CORPORATION S DE R L DE	PREMIER CARGO LOGISTICS HONDURAS, SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE CAPITAL VARIABLE
AGENCIA INTERNACIONAL MARITIMA S	PRIME LOGISTICS S DE R L DE C V
AGENCIA MARITIMA UNI-GLOBAL S.A. (AMUSA)	PUNTO CARGO SA DE CV
AGENCIA SERVICIOS DE CARGA DEL NORTE S DE RL	RAPIDO CARGO SRL
AGENTES PORTUARIOS HONDUREÑOS SA	REPRESENTACIONES CROPA S A
AIR SEA TRUCK CARGO LOGISTICS, S. DE R.L.	REPRESENTACIONES INTERNACIONALES COMERCIALES S. A. "REINCO"
ALE CARGO SRL DE CV	REPRESENTACIONES MARITIMAS AEREAS Y COMERCIALES, S. DE R.L.
AMERJET DE HONDURAS SA	REX INTERNACIONAL HONDURAS SA
APEX LOGISTICS S DE R L	RIVERA FIALLOS CARGO SRL
APLL HONDURAS S DE R L	SABANA TRADING COMPANY SRL
ARHSA EXPRESS S. DE R. L.	SARI EXPRESS S DE R. L. DE C. V.
ATLAS SHIPPING	SEABORD SOLUTIONS DE HONDURAS SR
AUTOCARS HONDURAS S DE RL	SER CARGO EXPRESS S DE RL
BERAKAH INVERSIONES SA DE CV	SERCOGUA HONDURAS SA
BTD CARGO INTERNATIONAL S DE R L	SERVICIO INTERNACIONAL DE CARGA, S. DE R.L. DE C.V.
C & F SHIPPING SRL DE CV	SERVICIOS INTERNACIONALES DE CARGA Y TRANSPORTE SICTRA SA
CARGA URGENTE DE HONDURAS SA	SISTEMAS INTEGRADOS CENTROAMERICANOS, S.A.
CARGO GL., S. DE R.L. DE C. V.	SMART CARGO PLUS S. DE R.L.
CARGO LOGISTICA Y TECNOLOGIA S. DE R.L. DE C.V.	SOLUCIONES INTERNAICONALES DE TRANPSORTE
CARGO SERVICIOS EXPRESS INTERNATIONAL	SOLUCIONES LOGISTICAS TERRESTRES AEREAS Y MARITIMAS TAM S DE R.L
CARIBEX WORLDWIDE HONDURAS SRL	STAR LOGISTIC & TRADING INTERNATIONAL S.A
CARUSA SHIPPING CO SA DE CV	TRANSLOGISTICS HONDURAS SA
CASTELLANOS CARGO S DE R. L.	TRANSPORT SERVICE INTERNATIONAL GROUP S. A.
CBX LOGISTICS HONDURAS S. DE R.L.	TRANSPORTE MARITIMO Y LOGISTICA S.A. DE C.V.
CENTRAL AMERICA TRADING CARGO & LOGISTICS, S. DE R.L. DE C.V.	TRANSPORTE SERVITRANS, S. DE R. L. DE C. V.
COMPAÑIA ADUANERA Y NAVIERA UNION LATIN CARGO S.A.	TRANSPORTES Y LOGISTICA INTERNACIONAL, S. DE R.L.
COMPAÑIA CONSOLIDADORA DE CARGA NISI S. R. L.	TRANSTAINER DE HONDURAS S.A. DE CV.
CONSOLIDACION Y LOGISTICA NACIONALES E INTERNACIONALES S DE RL	UNION CARGO S A DE C V
CONSOLIDADOS 807 DE HONDURAS SA	UNOTRANS, S A.
COREA SANTOS EDES ENRIQUE(COCCARGA INTERNACIONAL)	UPS SCS (HONDURAS) S. DE R.L.
CPS SOLUCIONES LOGISTICAS Y TRAN	VASTAGO LOGISTICS SOLUTIONS S. DE R. L. DE C. V.
CROWLEY LOGISTICS INC	VESTA CUSTOMS SA DE CV
CUSTOM BROKER HN CARGO S. DE R.L. DE C.V.	VISION LOGISTIC S DE R L DE C V
INTERMAX HONDURAS S A DE C V	DACOTRANS DE CENTROAMERICA SRL
INTERNACIONAL CARGO SRL DE CV	DHL HONDURAS SA DE CV
IVOY CARGO EXPRESS, S. DE R.L.	ECOTRANSPORT S DE R L DE C. V.
JDE CARGO EXPRESS, S. DE R.L.	ELCA CORPORACION S DE R L
KUEHNE-NAGEL	EMBARQUES CONSOLIDADOS SRL
LATAM LOGISTIC SERVICE SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	ENLACE SRL DE CV
LOGISTIC INTERNATIONAL S DE R L	ESPINAL CARGO SERVICES S DE R L
MARIO CESAR ALTAMIRANO LARA	EXCELL LOGISTICS SERVICE SRL
MARLINS CONSOLIDADORES DE HONDURAS S. DE R. L.	FAST CARGO SHIPPING S DE R. L.
MC-CORMICK OSORIO S DE R L	FIGUEROAS S DE RL
MIRANDA EMPRESAS "RS" SA DE CV	FLOVA LOGISTICA DE HONDURAS S.A. DE C.V.
NAVIVAN HONDURAS S DE R L DE C V	GENESIS CARGO LINE SRL DE CV
NEO LOGISTICS SA DE CV	GF SERVICES & SOLUTIONS S.A. DE C.V.
NORTH ATLANTIC SRL	GRUPO JL SRL DE CV
NORTHSTAR INTERNATIONAL TRANSPORT S. DE R.L.	GRUPO LOGISTICO DE CARGA HONDURAS SA DE CV
ONBOARD LOGISTICS HONDURAS S.A.	GRUPO LOGISTICO DE CARGA S.A. DE C.V.
ORION CARGO CONSOLIDATORS SRL DE	GRUPO SERVICIOS ADUANEROS Y LOGISTICA S. DE R.L.
PACIFICO LOGISTIC SRL	GRUPO TICAMEX HONDURAS S A DE C
PANGEA INVERSIONES S DE R L	GRUPO TLA HONDURAS S A
PARTNERS LOGISTICS HONDURAS S A	GUTIERREZ COURIER & CARGO SA DE C V
PCS CENTRAL AMERICA SA	HEBRON LOGISTIC S. DE R.L.
PIER17 HONDURAS S A DE C V	HL WORLDWIDE LOGISTICS SRL
PM GLOBAL CARGO HONDURAS, S. DE R. L. DE C.V.	HONDU-CARGO SRL
HONDJAMERICAN CARGO CUSTOM & LOGISTIC SRL DE CV	IMPORTACIONES CONSOLIDADAS S DE
HONDUMARES S A	IMPORTACIONES Y SOLUCIONES ADUANERAS, S. DE R. L.
HONDURAS LOGISTIC SA	INTEGRATED SERVICE LOGISTIC SA D
ILG LOGISTICS DE HONDURAS SA	

idadoras registradas ante la aduana de Honduras

en el círculo rojo podemos observar a Unotrans como razón social siendo Dacotrans

Centroamérica.

2.2 CONCEPTUALIZACIÓN

KPI S

Los KPI también son conocidos como indicadores de calidad o indicadores clave de negocio, y pueden usarse en cualquier industria y sector productivo.

El objetivo final de un KPI es ayudar a tomar mejores decisiones sobre el estado actual de un proceso, proyecto, estrategia o campaña, y de esta manera definir una línea de acción futura.

Las características de la KPIS son:

- Alcanzable: Los objetivos deben ser factibles.
- Medible: un KPI debe poder medirse, aunque suene obvio.
- Relevante: Solo seleccione los datos más importantes, no los demás.
- Periódico: El indicador debe analizarse con frecuencia.

Zambelli, R. (2022, junio 24).

PLANIFICACIÓN

La planificación es la organización de una serie de acciones que se realizan para lograr objetivos específicos. La planificación puede ser proactiva, lo que significa que la empresa intenta anticipar los problemas en lugar de esperar a que sucedan para responder a ellos, o reactiva, lo que significa que plantea acciones a seguir ante eventos que requieren una respuesta inmediata.

Las etapas de la planificación son:

- Identificar el problema a resolver y/o los objetivos a lograr.
- Proponer soluciones y planes para resolver el problema o cumplir con las metas.
- Después de analizar todas las opciones, estructura un plan para cumplir con los objetivos propuestos. Westreicher, G. (2020, agosto 25).

POSICIONAMIENTO

El posicionamiento es un concepto de marketing que se basa en cómo las empresas colocan sus marcas en la mente de los clientes. En términos de medición de competencia, el posicionamiento es un importante mecanismo porque las empresas buscan conocer lo que provocan en las personas y cómo reaccionan frente a sus competidores habituales. Valorán esta percepción y extraen lecciones de este análisis para futuras estrategias de marketing.

Las claves para un buen posicionamiento son:

-Un posicionamiento efectivo debe complementarse con la diferenciación en comparación con los competidores, buscando la originalidad y la diferenciación al mismo tiempo que se evita la repetición y la imitación.

-Es importante que no haya dudas, ya que debe proporcionar una imagen precisa de la naturaleza de la marca y las cualidades distintivas de sus productos.

-Para lograr la rentabilidad, todo lo relacionado con la estrategia de posicionamiento debe ser totalmente medible desde un punto de vista económico.

-El posicionamiento en marketing nunca debe perjudicar la reputación de la empresa o su desempeño en el mercado, sino que debe servir como un medio para crear valor. - Galán, J. S. (2017, agosto 4).

INDICADORES DE CALIDAD

Una de las herramientas del Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) son los indicadores de calidad, que se utilizan para monitorear y controlar la eficiencia de los procesos. Los hallazgos se utilizan para tomar medidas correctivas y mejorar continuamente la calidad.

La implementación de indicadores de calidad requiere un enfoque práctico, mediante pruebas, antes de que puedan ser utilizados a largo plazo. Esto implica que se definen a partir de sus propias experiencias e investigaciones.

Las características son: importancia y potencial de uso, en relación con la entrega de bienes y servicios, la confiabilidad se relaciona con los procedimientos y equipos empleados, y validez a

largo plazo. UNIFIKAS,2021.

SISTEMA DE GESTIÓN

Un sistema de gestión es una herramienta que permite el control, la planificación, la organización y, en algunos casos, la automatización de las operaciones de una empresa. El objetivo es unificar todas las operaciones de la empresa en un solo software para facilitar la toma de decisiones y el análisis de datos.

Las ventajas de poner en marcha un sistema de gestión empresarial adecuado son evidentes:

-Una gran parte de los procesos de la empresa está automatizada, lo que reduce los errores humanos y los costos del trabajo manual.

-Permite un acceso mucho más ágil y simple a la información. Además, al unificar los datos en un solo sistema, facilita la toma de decisiones empresariales gracias a herramientas de analítica.

-Otorga acceso a información actualizada en tiempo real y centralizada, lo que permite que los usuarios la obtengan o consulten desde cualquier dispositivo, en cualquier lugar y con múltiples accesos simultáneos al mismo tiempo.

-Mejorar el uso del tiempo y la productividad de los empleados. Las responsabilidades administrativas. Ekon, E. (2021, julio 28).

ADMINISTRACIÓN DE TIEMPOS

La administración del tiempo es todo un proceso que requiere planear, avanzar y evaluar las actividades en momentos específicos.

Las etapas de del proceso de administración del tiempo.

Diagnóstico: Mantenga un registro de cómo se usa el tiempo y todas las actividades que se realizan durante un día durante toda la semana.

-Análisis: identifica los problemas o actividades que ocupan tiempo y no producen resultados.

-Autoevalúa: Es necesario evaluar nuestra información, habilidades, recursos, intereses y estado actual.

-Crea objetivos: Clasifícalas de acuerdo con la importancia, dando prioridad a las que son más necesarias.

-Crea un plan para hacer lo siguiente: Definió el tiempo, los procedimientos, los recursos y la distribución del tiempo.

-Realizar el plan de acción: Programa las actividades y establece un calendario donde anotes cuando estimas llegar a la meta. Ten una agenda física o digital que te ayude a planificar y controlar el tiempo. Galán, J. S. (2021, agosto 5).

GESTIÓN LOGÍSTICA

La organización e implementación de una operación es un proceso detallado conocido como gestión logística. Cuando se trata de negocios, este proceso es el flujo de trabajo desde el principio hasta el final para cumplir las expectativas de los clientes y las de la organización.

El flujo eficiente de almacenamiento, bienes, servicios e información relacionada desde el punto de origen hasta el punto de consumo está planificado, ejercido y controlado por esta. Para satisfacer las necesidades de los clientes, esto se hace.

La distribución y movimiento de materiales incluye el movimiento de mercancías de un punto a otro en tiempo, y forma. Postgrado de la Universidad Católica San Pablo, 2022.

2.3 TEORÍAS DE SUSTENTO

2.3.1 BASES TEÓRICAS

GESTIÓN DE PROCESOS

A continuación, se dará información recolectada para verificar la importancia de la gestión de procesos mencionado en ISOTools, Gestión de Procesos. (2019, mayo 21)

Gestión de procesos es la forma en la que una empresa se ordena internamente al emplear un modelo de forma horizontal en la que cada una de las áreas de la empresa trabajan en equipo para lograr un mismo objetivo en común de incumplir y cuando sea posible satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Usualmente al implementar una gestión de procesos

logra una mayor eficiencia y eficacia en resultados a la vez permite lograr un equipo de trabajo en una empresa y comunicarse constantemente para incrementar un mayor sentido de pertenencia a la misma.

Un proceso es el conjunto de entradas que se transforman en salidas a través de una serie de actividades, mientras que un subproceso es la descripción detallada de cada una de las actividades.

Es un proceso si cumple los siguientes requisitos:

- La actividad tiene un propósito definido.
- La actividad incluye entradas y salidas, y se pueden encontrar clientes, proveedores y productos finales.
- La actividad debe poder dividirse en operaciones o tareas.
- La metodología de gestión por procesos (tiempo, recursos y costos) puede estabilizar la actividad.
- Una persona puede ser responsable del proceso.

Los factores más importantes de una gestión de procesos son: Identificar procesos claves, analizarlos, y describirlos.

Principios fundamentales de la gestión de procesos son:

- La base del enfoque a procesos es: estructurar la organización en función de procesos orientados a clientes.
- El cambio de la estructura organizacional de jerárquica a plana.
- Los grupos multidisciplinarios trabajan sobre el proceso y los departamentos funcionales pierden su razón de ser.
- Los líderes dejan de ser supervisores y se comportan como apocadores.
- Los empleados se enfocan más en los requisitos de sus clientes que en las normas establecidas por su líder.
- Utiliza tecnología para eliminar actividades que no aporten valor.

Para trabajar en base a procesos se inicia estableciendo un objetivo, documentar, planificar, estandarizar pasos enfocarse en resultados, para posteriormente aplicar cada uno de esos conocimientos directamente al puesto de trabajo.

Las 5 características son:

1. Flexibilidad: La empresa debe tener el compromiso y estar abierta a realizar los procesos.
2. Fácil de acceder: Todos los procesos deben estar debidamente documentados.
3. Entrega valor: debe sumar a la empresa.
4. Monitoreo: se debe estar pendiente de los mismo por si tiene que hacer cambios.
5. Sistematizados: esto para prevenir problemas futuros. Zambelli, R. (2021, marzo 19).

Pasos para la realización de gestión de procesos:

1. Identificar qué precisa mejorar: es identificar la situación actual de la empresa y que necesitan mejorar.
2. Definir que métrica usarán: ayudarán a determinar si el estado de las cosas está mejorando o empeorando y deben ser medibles.
3. Reunir datos: Reunir datos de los problemas que se están generando que ayudara a reconocer que mejorar.
4. Procesar datos: identificar la información útil y como obtenerla.
5. Analizar la información recopilada: en este paso se hace la mejora continúa identificando que partes del proceso se repiten o hacen que generen cuellos de botella.
6. Transformación de datos en conocimiento útil para mejorar los procesos y optimizarlos.
7. Implementar los cambios de mejora continua y seguir dando seguimientos. da Silva, D. (2021, junio 4).

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Un plan estratégico es una herramienta para determinar hacia dónde quiere ir su organización y qué acciones se realizarán para lograr esos objetivos. Un plan estratégico generalmente incluye las declaraciones de visión y misión de su empresa, así como sus objetivos a largo plazo y anuales a corto plazo, así como un plan de acción que detalla las acciones que debe tomar para avanzar en la dirección correcta.

El plan estratégico debe incluir:

- La visión de la empresa
- La declaración de la misión de empresa
- Los objetivos de la organización
- Un plan de acción para alcanzar esos objetivos
- Su enfoque para lograr sus objetivos
- Las tácticas que utilizarás para alcanzar sus objetivos

Las declaraciones de misión y visión deben ya estar establecidas en la empresa, pero siempre siguiendo los objetivos de la empresa. El plan estratégico tiene una duración de varios años.

Un plan estratégico puede ayudar a calcular mejor cómo pasar del punto A (donde está actualmente) al punto B (donde quiere llegar).

Beneficios de realizar un plan estratégico:

- Unir a todos en torno a un objetivo común.
- Establecer objetivos proactivos que ayuden a llegar a donde quiera ir.
- Establezca metas a largo plazo y luego metas a corto plazo para respaldarlas.
- Evaluar el estado actual de las cosas, así como cualquier oportunidad o amenaza.
- Debido a que se enfoca en el futuro, ayuda a la empresa a ser más sostenible.
- Aumentar la motivación y el compromiso.

Martins, J. (2023, febrero 3),

Las etapas de la planificación estratégica son:

1. Determinar la situación actual de la empresa donde se analiza los datos de industria y mercado para informar sobre cualquier oportunidad de mercado y amenazas futuras, para comprender lo que los clientes quieren de la empresa, como mejora en productos o servicios adicionales, leer los comentarios de los clientes es primordial, los comentarios de los empleados sobre el producto, las prácticas comerciales o la cultura de la empresa deben discutirse, analizar y revisar el FODA.

2. Identificar objetivos y metas uso de los documentos clave de la empresa para inspirar y garantizar que el plan estratégico lleve la empresa en la dirección correcta.

Declaración de misión para comprender cómo puede avanzar hacia el objetivo principal de la organización.

Declaración de visión, para explicar cómo la planificación estratégica se relaciona con la visión a largo plazo.

Los valores de su empresa para orientarse hacia las cosas que más importan a su empresa. Conozca sus ventajas competitivas para determinar su beneficio único para el mercado Los objetivos a largo plazo de la organización, para determinar dónde quieres estar en cinco o diez años. Para comprender que desarrollen las finanzas en los próximos años cuánto flujo de efectivo espera tener y en qué nuevas oportunidades podría invertir, consultar el pronóstico y proyección financiera.

3. Desarrollar el plan estratégico.

El análisis FODA y la estrategia de la empresa y sus prioridades para los próximos años Para el primer año, los objetivos anuales No es necesario establecer objetivos específica para cada año en el plan estratégico. A medida que pasan los años, establezca objetivos anuales adicionales que estén relacionados con sus objetivos estratégicos generales.

Indicadores clave de rendimiento y resultados (KPI) para asegurar que los

indicadores clave de rendimiento y los resultados sean medibles y procesables.

4. Realizar en plan estratégico en marcha

Realizar un mapa de procesos que incluya indicadores clave de rendimiento (KPI) para evaluar el éxito de su plan. Los indicadores clave de rendimiento determinarán qué aspectos del plan deben completarse y en qué plazo. Algunos consejos para garantizar que el plan funcione correctamente: Para asegurarse de que las personas estén preparadas para hacer su trabajo, alinear las tareas con las descripciones de los puestos de trabajo. A lo largo del proceso de ejecución, mantenga una comunicación clara con toda la organización. Completar completamente su compromiso con el plan estratégico.

5. Revisar y actualizar el plan

La supervisión y gestión del plan es el paso final del proceso de planificación estratégica. Hay que asegurar de que el equipo tenga acceso al plan estratégico para que puedan comprender cómo su trabajo contribuye a las prioridades de la empresa y a su plan estratégico general. Actualizar el plan trimestral y anualmente. Utilizar el plan estratégico para comunicar los objetivos a corto plazo. Glosario, B, Área de Comercialización e Investigación de Mercados Dirección Comercial (2023).

MARKETING

Mediante la investigación realizada se estará viendo cómo se incluye marketing en una empresa la información obtenida es Glosario, B. (s/f). Ujaen.es y Morales, F. C. (2020, septiembre 7).

¿Qué es la mercadotecnia?

Es el conjunto de variables y herramientas que una empresa o un responsable de marketing tiene para lograr sus objetivos. La combinación de factores que forman la estrategia de marketing de una empresa se conoce como "mezcla de marketing". Como resultado, está muy relacionado con el plan de marketing.

La productividad es la relación entre los resultados y el tiempo que se ha dedicado a lograrlos. La rentabilidad aumenta con el tiempo empleado.

Procesos: todas las etapas desde el momento en que se produce un bien o servicio hasta el momento en que se entrega al cliente. El éxito de la empresa depende del grado de satisfacción del cliente.

Personal: El personal es una parte importante de la empresa. Por lo tanto, deben contar con el personal adecuado para su trabajo. La presentación es crucial porque habla de la primera impresión que el cliente tendrá de nuestro producto o servicio. Entonces, necesitamos trabajar en ello.

Posicionamiento: El posicionamiento es la estrategia que utilizan las empresas para establecerse en el mercado. Las tres tareas principales son el análisis de la situación, que se enfoca en detectar y definir las oportunidades y problemas estratégicos del mercado, la programación e implementación de los recursos necesarios para aprovechar dichas oportunidades y resolver las amenazas potenciales, y el control estratégico de las decisiones tomadas. Mórals, F. C. (2020, septiembre 7)

El plan de marketing es un documento en el que se definen los objetivos que se deben lograr en un período de tiempo determinado y se detallan los programas y estrategias necesarios para lograrlos.

El proceso de inclusión de marketing es resumido en estas preguntas:

- ¿Quiénes somos?
- Donde nos encontramos?
- A dónde queremos llegar?
- Como lo conseguiremos?

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Para lograrlo, se lleva a cabo un examen minucioso tanto de la situación interna como externa de la empresa.

El entorno, el mercado y la competencia son los tres factores que deben estudiarse para analizar la situación externa de una empresa.

El análisis del entorno incluye una descripción detallada de todas las partes involucradas y fuerzas externas que pueden afectar la relación de intercambio que la empresa mantiene con sus

mercados meta, ya sea de manera parcial o completamente incontrolada. El macroentorno y el microentorno formarían el entorno de marketing de una empresa.

El análisis interno permite identificar las fortalezas y debilidades de la empresa. Los puntos fuertes son aquellos aspectos en los que la empresa se muestra más preparada para obtener una ventaja competitiva. Por el contrario, los puntos débiles son elementos que limitan o reducen la capacidad de crecimiento de la empresa y, por lo tanto, impiden que la empresa logre sus objetivos.

Establecimiento de objetivos

Teniendo en cuenta los recursos con los que opera, deben ser realistas y alcanzables. Deberían cuantificarse lo más posible y referirse a un período de tiempo específico. Por último, pero no menos importante, deben registrarse y comunicarse por escrito a los responsables involucrados en su consecución.

Formulación de estrategia

Los tres niveles para la formulación de estrategias son:

-Nivel corporativo:

En este punto, se analiza la conexión entre la empresa y su entorno, se determinan las actividades en las que desea invertir y se elige la combinación más adecuada de ellas para alcanzar sus objetivos.

-Nivel de las unidades de negocio: Dado que para una empresa mono- productora, ambos niveles, corporativo y de unidad de negocio, se fusionan en uno solo, adquiere su mayor significado para las empresas diversificadas.

-Nivel funcional: Para optimizar los recursos productivos, las actividades principales de la empresa (producción, finanzas, marketing, etc.) deben abordar su propio planteamiento estratégico teniendo en cuenta todas las posibles interacciones entre ellas. Morales, F. C. (2020, septiembre De Mercadotecnia, C. (s/f). Edu (12 de agosto de 2023)

CULTURA ORGANIZACIONAL

(Lamjol.info. el 5 de octubre de 2023) menciona que es la cultura organizacional es y los tipos cultura que hay.

¿Qué es cultura organizacional?

La cultura organizacional es la médula espinal de cualquier organización que quiera llegar al éxito, se puede decir que es la esencia del aprendizaje y la experiencia, esta no puede ser impuesta solo puede ser aprendida. La misma, refleja los valores, creencias y actitudes que han aprendido y comparten sus miembros.

Tipos de cultura organizacional

- Cultura burocrática: practica las reglas, procedimientos de operación estándar y una coordinación jerárquica. características de la burocracia son: la previsibilidad, la eficiencia y la estabilidad.
- Cultura del clan: constituida por la tradición, la lealtad, el compromiso personal, una amplia socialización, el trabajo en equipo, la auto dirección y la influencia social.
- Cultura emprendedora: la caracterizan los altos grados de creatividad y disposición de asumir riesgos.
- Cultura de mercado: la caracterizan el logro de metas mensurables y exigentes, sobre todo financieras y las basadas en el mercado (por ejemplo, el crecimiento de ventas, la rentabilidad y la participación de mercado).

La cultura no sólo incluye valores, actitudes y comportamientos, sino también la visión, las estrategias y las acciones, que en conjunto funcionan como sistema dinámico.

La cultura formal

Que consiste en expresiones idealizadas de lo que debería ser, de los valores, creencias y el comportamiento de los miembros.

La cultura informal

Que contiene los comportamientos como son en realidad.

Maneras para mejorar la cultura organizacional en una empresa

1. Incorpora transparencia

La transparencia no sólo es positiva para los empleados. Los efectos de una cultura empresarial transparente impactan a toda la organización y producen empleados altamente comprometidos.

La confianza es realmente la base de una gran cultura organizacional. Si deseas contar con una cultura abierta y transparente, tu primer paso debe ser asegurarte de que tu equipo disponga de las herramientas modernas de comunicación y colaboración para que ésta se dé.

2. Reconoce y recompensa las contribuciones valiosas

Promover el reconocimiento grupal a las contribuciones dentro de los equipos, a través de una atmósfera de compañerismo.

3. Propicia relaciones sólidas entre compañeros

El que existan relaciones sólidas entre compañeros de trabajo impulsará el compromiso de los empleados, pero ello no sucederá automáticamente. Que los compañeros de trabajo fortalezcan sus relaciones mutuas requiere de tiempo, esfuerzo y, a veces, actividades enfocadas a la creación de equipos.

4. Estimula la autonomía de los empleados

Al estimular la autonomía en el ambiente laboral los empleados pasarán de tener que rendir cuentas sobre sus responsabilidades a querer rendirlas, pues comenzarán a adquirir y poseer iniciativas propias.

5. Contribuye a que exista una mayor flexibilidad

La flexibilidad podría implicar varias cosas, desde dar permisos a padres que salgan a eventos escolares, oportunidades de trabajo desde casa o posibilitar años sabáticos.

6. Comunica propósito y pasión

Las personas creen que su trabajo importa, tienen cuatro veces más probabilidades de participar, están más motivadas, aprenden más rápido y están más satisfechas. Es posible hallar un propósito en cualquier trabajo, pero depende de los líderes conectar a sus empleados con éste.

7. Promover una atmósfera de equipo

Este cambio de mentalidad, que conlleva dirigir a un equipo unificado hacia objetivos concretos, todos tirando en una dirección, puede hacer una diferencia en los resultados laborales.

8. Aporta retroalimentación regular

Aportar comentarios con una cadencia regular y permitir que los empleados también puedan expresar los suyos. Enviarles encuestas periódicas de participación es una excelente manera de comprender las preocupaciones y los desafíos de tu equipo de manera oportuna.

Empresariales, D. en C. (s/f). (octubre de 2023)

2.3.1 METODOLOGÍAS DESARROLLADAS

MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS EN EL ÁREA LOGÍSTICA EN EL CENTRO DE DISTRIBUCIÓN COLOMBINA S.A. UBICADO EN BOGOTÁ

Empresa: CENTRO DE DISTRIBUCIÓN COLOMBINA S.A. UBICADO EN BOGOTÁ

País: Colombia

Problema: Debido a la implementación de este nuevo sistema dentro de la empresa, específicamente en el departamento de logística, se han producido cambios significativos en los procesos y actividades asociados con cada cargo. Esto ha causado desorden y desorientación en la

forma en que las personas realizan sus tareas. Como resultado de la acumulación de tareas, se han presentado cargas laborales excesivas en todos los puestos, lo que ha causado caos en el desarrollo del proceso normal y ha afectado los demás puestos de trabajo. No se ha identificado un flujo de procesos en estas áreas, lo que hace represar mucha información convirtiendo Varios puestos están en dificultades porque hay demasiado trabajo diario, lo que aumenta la carga diaria.

Solución:

1. Se disminuyeron actividades de cada cargo en un 40%, garantizando igualdad de condiciones para todos los trabajadores y cero sobrecargas en las actividades realizadas diariamente.

2. Se realizó una solicitud por escrito a soporte técnico para que programara como primera búsqueda las unidades del inventario de (T.A.T) y el faltante se obtuviera directamente del almacenamiento general, lo cual ayudaría a la disminución de tiempos en el cargo de Planificación, ya que las actividades nombras se estaban manejando manualmente, este proceso generó una mejora del 20% en las actividades diarias del cargo.

3. Uno de los cambios importantes que se realizó fue la reubicación de la actividad de facturación que la venían realizando Control ruteros mañana y tarde lo cual estaba generando demoras en las actividades normales y esenciales del cargo.

4. A todos los cargos se le quitaron actividades secundarias que le representaban tiempos perdidos y se dieron al cargo de auxiliar de oficina (Contestar teléfonos, entrega de papeles, novedades telefónicas, etc. Esto generó una mejora global en todos los cargos de un 5% en la demora de los procesos

5. Se generaron cubículos especiales para tener una organización y un estricto control diario de la documentación.

6. Se realizó una capacitación a los transportadores garantizando que supieran os procesos y se sintieran conformes con el servicio prestado.

7. Creación de sistemas inteligentes que facilitarían procesos lo cual generó una mejora del 5% en todos los cargos del área.

8. Creación de manuales de funciones por cada cargo.

9. Creación de indicadores de gestión para estar midiendo constantemente nuestro servicio prestado y nuestro proceso interno

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA LOGÍSTICA PARA UN HOLDING

Empresa: Logística strategic planning for and -Enterprise holding company.

País: Colombia

Problema: Ausencia en la planeación estratégica corporativa las, que ajustadas con la cadena logística y el rediseño de los procesos que les den valor agregada a las necesidades de los clientes, conlleva a la organización al éxito esperado.

Solución: Utilizaron los instrumentos de FODA para ver las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa, también hicieron uso de las 5 fuerzas de Porter definieron los procesos y subprocesos de la cadena suministro, e implementaron holding empresarial.

MARKETING EXPERIENCIAL PARA LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN LA EMPRESA "CARNELA EXPRESS"

Empresa: CARNELA EXPRESS

País: Ecuador, Guayaquil

Problema: A medida que Carnela Express aumentó su participación en el mercado y aumentó la demanda de compras en línea debido a la pandemia, se vio obligada a fidelizar a su clientela debido a un trato deficiente, lo que llevó a una disminución gradual de la experiencia del cliente con el servicio, lo que tuvo un impacto negativo en los clientes. Otro de los problemas de Carnela Express fue la falta de trato personalizado con los clientes.

Solución: Implementaron lo que es el marketing experiencial mediante utilizando los 4 sentidos en el olfato colocaron perfumes a las bolsas, como audio y visión vallas publicitarias en mall más concurridos en donde la valla publicitaria con lleva estrategias auditivas que genere valor agregado.

Esto hará que las personas identifiquen la marca con música ya sea en las vallas o en poster publicitarios en redes sociales.

Optimizaron y crearon una página web con contenido visual para trazar una ruta de

conversión con prospectos de clientes que no conocía la empresa.

Organizaron ferias o visitas específicas para que clientes conocieran de la empresa.

Realizaron encuestas de satisfacción del cliente para verificar con ellos causan que no le haya gustado el servicio.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA

3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA

Tabla 2. Matriz Metodológica

Titulo de Investigación	Objetivos de Investigación		Variables	
	General	Específicos	Dependiente	Independiente
Mejora de procesos en del departamento de administración, Análisis de la planeación estratégica, y planificación estratégica de Marketing en empresa Unotrans S.A	Realizar una planificación estratégica de la empresa, un plan estratégico de marketing, y una mejora de procesos en el departamento de administración, mediante el uso de metodologías e instrumentos adecuados para aumentar la eficiencia, mejorar la calidad, y reducir los errores en Uno trans S.A	Identificar los problemas en los procesos para realizar la adecuada estandarización de estos y poder realizar un manual de procesos en el departamento de administración	Eficiencia de organización	Mejora de procesos
		Realizar una planificación estratégica para beneficiar a la empresa en generar mayor rentabilidad, mejorar el rendimiento laboral, dará dirección y enfoque a los equipos.		Marketing estrategico
		Implementar marketing para distinguir la empresa de la competencia, proporciona una visión profunda los competidores, conocer los deseos, comportamientos y expectativas del consumidor.		Planeacion estrategica
				Cultura organizacional

Fuente: Propia

3.1.2 ESQUEMA DE VARIABLES



Ilustración18. Esquema de estudio de Variables

Fuente: Propia

3.1.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 3. Matriz de Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Item
Procesos	Un proceso es una secuencia de acciones que se llevan a cabo para lograr un fin determinado. Westreicher, G. (2020, agosto 2).	La identificación y optimización de los procesos en el departamento de administración ayudara a la empresa Unotrans S.A a incrementar el rendimiento en general a la empresa.	Estandarización	Conoce las actividades de su puesto de trabajo?
				¿Cuál es el proceso y qué es lo que se logra?
				Existe un flujo de trabajo previamente definido?
				Conoce que interacciones tiene su puesto con otro procesos?
			Tiempo	Cuáles son los tiempos y restricciones para la implementación de los procesos?
				Hay división de tareas a colaboradores?
				Hay desarrollo del trabajo en equipo?
				Hay trabajo colaborativo en la empresa?
			Resultados	Que tan efectivos son los procesos en su departamento?
				Que tan eficiente son los procesos en su departamento?
Mediciones	Identifica cuales son los indicadores de su puesto de trabajo?			
Marketing	El marketing es un conjunto de técnicas, estrategias y procesos que una marca o empresa implementa para crear, comunicar, intercambiar y entregar ofertas o mensajes que dan valor e interesan a clientes, audiencias, socios, proveedores y personas en general. Londoño, P. (2023, mayo 29).	El marketing en Unotrans ayudara a ayuda a evaluar y expandir el posicionamiento y el rendimiento de la organización mediante oportunidades y acciones.	Marketing estrategico	¿Los segmentos de clientes son los indicados?
				Los elementos que se utilizan para comunicarse e interactuar con el mercado son los indicados?
				¿La fuerza de ventas es la adecuada?
				¿La experiencia del cliente es más que satisfactoria?
				¿El resto de la organización está integrado hacia el mercado?
				¿La propuesta de valor está alineada al segmento?
			Estrategia de Publicidad, y posicionamiento	¿Aporta valor para que decida quedarse con Unotrans?
				Estaría dispuesto/a a recomendarnos ampliamente con un cliente ?
				¿El servicio cubre tus necesidades?
				Cómo conocio este el servicio de Unotrans?
				Porque medios de comunicación desearia recibir informacion de Unotrans?
				Qué es más importante para usted? ¿el precio, la calidad o el servicio?
				¿Con qué frecuencia considera cambiarse a la competencia?
				Cree que tener publicidad en Unotrans es importante?
Planificación estratégica	Es la herramienta utilizada por las empresas como un proceso sistemático que permite el desarrollo y la implementación de planes, con el propósito de alcanzar los objetivos que se han propuesto. Quiroa, M. (2020, marzo 8)	La planificación estratégica en Unotrans ayudara formular y evaluar las decisiones correctas para el cumplimiento de sus objetivos.	Análisis situacional	Conoce claramente los objetivos a lograr de Unotrans?
				Conoce las fortalezas y debilidades de Unotrans?
				Conoce como se diferencia Unotrans de la competencia?
				Conoce los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que pueden afectar a la empresa?
				Conoce los cuales son los puntos fuertes y débiles de la competencia?
				Conoce que desea y necesitan sus clientes?
			Factores claves	Conoce como impactan las cuestiones internas y externas del entorno actual de Unotrans?
				La vision de Unotrans toma en cuenta los actores sociedad, clientes, proveedores?
				Conocen el liderazgo del proceso de la planificación estratégica ?
				Está alineada la Cultura organizacional con la estrategia?
¿El plan estratégico está alineado con la planificación operativa?				
Cultura Organizacional	La cultura organizativa, también denominada como cultura corporativa, cultura empresarial o cultura institucional, es el conjunto de creencias, valores, normas y reglas que definen el comportamiento de una organización. Se trata de una especie de estatuto o tabula rasa que permite dotar a una empresa de identidad y un modo propio de ver las cosas. (Becas	La cultura organizacional en Unotrans sirve de guía para todas las personas involucradas alrededor de la organización puedan seguir el mismo camino	Ambiente de trabajo	Celebra la organización el éxito de los empleados?
				motivan los gerentes al equipo si no han logrado alcanzar alguna meta?
				Tiene recompensas que se ofrecen al empleado por su contribución excepcional?
				las actividades recreativas que se ofrecen a los empleados?

Fuente: Propia

3.3 ENFOQUE Y MÉTODOS

ENFOQUE

La presente investigación tuvo un enfoque mixto ya que se realizaron encuestas que fueron cuantitativas y entrevistas que eran cualitativas que implican la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos.

ALCANCE

La presente investigación tuvo un alcance descriptivo ya que los fenómenos de la investigación describieron elementos de mejora en la empresa Unotrans S.A.

Según Ramos-Galarza, (diciembre de 2020) ya se conocen las características del fenómeno y lo que se busca, es exponer su presencia en un determinado grupo humano.

DISEÑO

La presente investigación tuvo un diseño transversal ya que no hay manipulación.

Según Padilla, J. (2021, noviembre 4) es un tipo de diseño observacional que permitió recopilar y analizar las variables específicas en la investigación de un problema.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se determinó dos tipos de poblaciones.

3.3.1 POBLACIÓN

La primera población fueron todos los colaboradores de la empresa que trabajan en el departamento de administración en la siguiente tabla muestra la cantidad trabajadores por cada puesto de trabajo:

Tabla 4. Población de colaboradores del departamento Administrativo

Departamento de Administración	
Puesto	Numero
Gerentes administrativos	1
Jefe administrativo	1
Jefe de compras	1
Contabilidad	1
Cobranzas	1
Asistente administrativo	1
Conserjes	2
TOTAL	8

La segunda población fueron todos los Gerentes de la empresa que trabajan en el en la siguiente tabla muestra la cantidad de gerentes por cada departamento.

Tabla 5. Población de Gerentes en Unotrans S.A.

Departamento de Administración	
Puesto	Numero
Gerentes administrativos	1
Gerente de desarrollo	1
Gerente de recursos humanos	1
Gerente General	1
Gerente de Ventas	1
Gerentes de trafico	2
Gerente de IT	1
Gerente de pricing	2
Gerente de estrategia	1
Gerente de coordinación	1
Gerente de Calidad	1
TOTAL	13

3.3.3 MUESTRA

El tipo de muestreo presente en esta investigación fue para los colaboradores del área administrativa de censo ya que solo son 8 personas en las que se realizó la encuesta, así mismo también para la muestra de gerentes en Unotrans son 12 personas.

La tercera población fue para los clientes de Unotrans con un numero de muestra: Que se obtuvo de los clientes de Unotrans en donde se aplicaron la encuesta y se sacaron con el número de personas que contestaron la encuesta en Unotrans de alrededor de 350 clientes activos en la cartera como número de individuos.

Utilizando una muestra aleatoria simple: variable categórica

Nivel de confianza de 95%=1.96

manera:

$$\text{Formula: } n = \frac{Z^2 NPQ}{E^2 (N-1) + Z^2 PQ}$$

Donde:

n= Número de la muestra a obtener

Z= Nivel de confianza 95% Valor de Z = 1.96

N= Población total 350

P= Probabilidad de éxito 0.5

E= Nivel de error 9%

Q= Probabilidad de fracaso 0.5

$$n: \frac{(1.96)^2 (450) (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (450-1) + (0.50) (0.50) (1.96)^2}$$

$$n: \frac{336.00}{4.597}$$

n: 73 Clientes

3.3.4 TÉCNICAS DE MUESTREO

La técnica de muestreo utilizada en esta investigación fue de muestreo aleatorio simple.

Se escogió este tipo de muestreo ya que cada individuo pudo ser escogida al azar,

Unotrans al tener 350 clientes activos, algunos no contestaron la encuesta y

como otros si lo hicieron.

3.4 TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS

En la presente investigación hace mención las técnicas e instrumentos que será utilizaron, así como menciona Godoy, F. (2022, septiembre 15)

TÉCNICAS

La técnica con que se realizo es la encuesta tiene como fin obtener información de un grupo de personas o una muestra definida acerca de un tema. Siendo ser oral y escrita.

Una encuesta consiste en pedir a las personas que brinden información a través de un cuestionario, esta información se puede distribuir en papel, aunque con la llegada de las nuevas tecnologías, crear un cuestionario, hacer preguntas en línea y distribuirlo por medios digitales como las redes sociales, se ha vuelto más común el correo electrónico. (Questionpro,2023)

La entrevista es una técnica de investigación cualitativa que se basa en el diálogo o conversación entre el entrevistador y el entrevistado acerca del tema en estudio. Puede ser estructurada y no estructurada.

INSTRUMENTOS

En la estructurada se empleó como instrumento la guía de entrevista y el grabador. En la no estructurada se usó una libreta de notas y grabador. En la encuesta escrita se emplea como instrumento el cuestionario.

PROCEDIMIENTO

La primera encuesta fue aplicada a todos los colaboradores del departamento de Unotrans S.A, siendo censo con un total de 8 encuestas contestadas por los 8 colaboradores del departamento.

La encuesta fue realizada en la herramienta de Google forms realizando 16 preguntas sobre el conocimiento y manejo de actividades, interacciones, distribución de actividades, trabajo colaborativo, herramientas utilizadas, y desarrollo general de los procesos. El cumplimiento del cuestionario fue contestado en 3 días por todas las personas requeridas.

La segunda encuesta aplicada fue a todos los gerentes de Unotrans siendo en total 13 colaboradores y un censo de 13 encuestas contestadas. La misma fue realizada mediante la herramienta Google forms realizando 15 preguntas en total referente a: segmento de clientes, la frecuencia en la que verifican los objetivos anuales, Plan operativo anual, evaluación del mercado, competencia y análisis del entorno. El cumplimiento del cuestionario fue contestado en 1 semana por todas las personas requeridas.

La tercera encuesta fue aplicada a todos los clientes de Unotras con una población de 350 clientes que tiene la empresa en el cual la muestra que debía recolectar una muestra 73 persona por medio del método aleatorio simple ya que no todos los clientes estuvieron dispuestos a contestarla.

El cuestionario fue realizado por medio de Google forms con un total 10 de preguntas referente a: satisfacción del servicio, importancia de información brindada por medio de redes sociales, promociones.

Se realizo entrevista a todos los colaboradores del departamento de administración por medio de grabación de voz haciendo las preguntas a cada colaborador de actividades realiza en su puesto de trabajo, causas cree que hay para el retraso de sus funciones, definición de actividades en el puesto de trabajo, documentación llevada en cada puesto de trabajo, el impacto de los procesos de otros departamentos, y lo que facilitaría las funciones en cada puesto de trabajo.

3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

En el presente informe se detallan las técnicas utilizadas para el uso de instrumentos.

3.5.1 FUENTES PRIMARIAS

La fuente primaria es uno de los muchos tipos de fuentes de noticias. Esto proporciona información nueva y original, que es el resultado de una investigación.

Las técnicas utilizadas para la recopilación de datos fueron encuestas y entrevista que se hicieron a los colaboradores de Unotrans, a sus gerentes, y sus clientes utilizando la data de los clientes de la empresa para él enviaron del mismo.

3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

Esto proporciona información curada y compleja, producto del análisis, traducción o reorganización por parte de terceros de información obtenida de fuentes primarias.

Las fuentes que fueron requeridas son:

-Sitios Web

-Tesis previas de CRAI

-Google académico

De cuatros años recientes.

Morales, F. C. (2021, febrero 17).

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En el presente capítulo se mostraron los resultados de los diferentes instrumentos aplicados como lo son las encuestas y entrevistas aplicadas a los colaboradores del departamento de Administración, encuesta a los gerentes de Unotrans y encuesta de servicio al cliente a los clientes de Unotrans.

4.1 RESULTADOS DE ENCUESTA DIRIGIDA AL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE UNOTRANS S.A

Este instrumento fue aplicado a todos los colaboradores del departamento de administración de la empresa Unotrans con el fin de evaluar la situación actual del conocimiento de cada uno de lo que es un proceso, si tienen definidas y claras sus funciones.

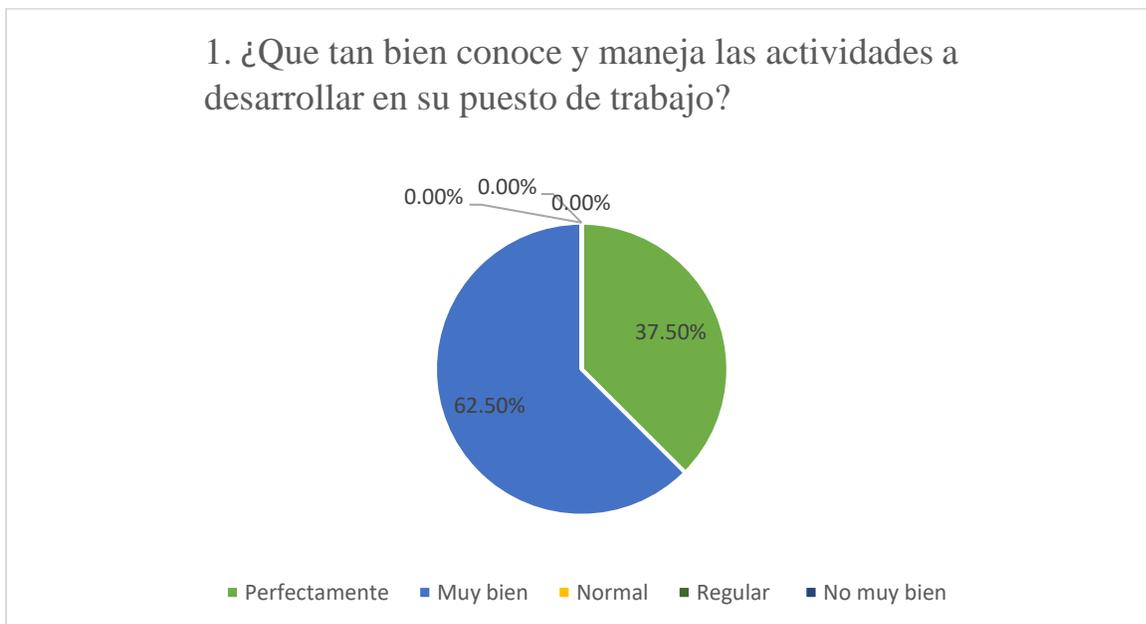


Figura 19. Sobre el manejo de actividades por los colaboradores de Unotrans,

Fuente: Propia

Los resultados de la pregunta anterior hacia colaboradores del departamento administrativo de Unotrans fueron todas respuestas muy positivas, el 37.50% respondió que conocen y manejan perfectamente sus actividades a desarrollar en sus puestos de trabajo. Esto como beneficio de mayor productividad optimizando tiempo y recursos, reducción de estrés al saber que hacer

proporciona una sensación de control y reduce la sensación de que estén abrumados, se cumplen plazos y objetivos establecidos, mejor toma de decisiones, calidad, y comunicación.

Sin embargo, el 62.50% colocaron que las actividades a desarrollar las manejan muy bien pero no perfectamente por lo que hay oportunidad de mejora para que ellos puedan afianzar estas actividades y sentir que estas las desarrollaron de manera perfecta como sus demás compañeros del departamento mediante capacitaciones y experiencia.

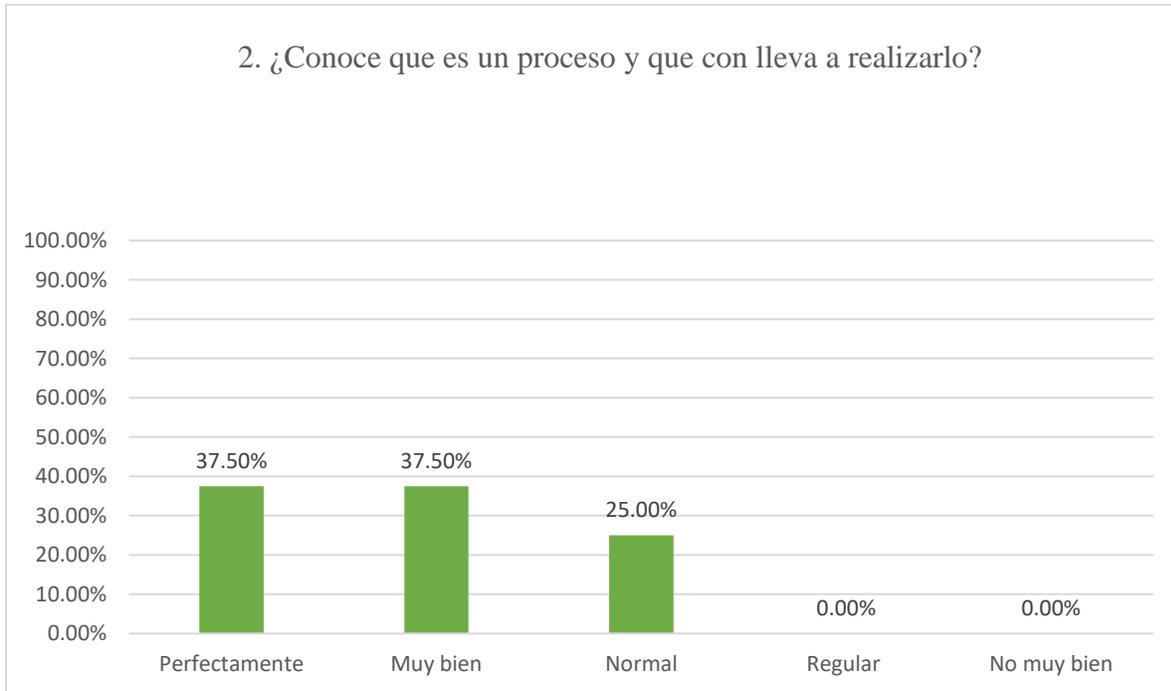


Figura 20. Sobre el conocimiento de lo que es un proceso

Fuente: propia

El 75% de los colaboradores de Unotrans al contestar esta pregunta respondieron que, si conocen que es un proceso satisfactoriamente por lo cual se podría decir que al tener dicho conocimiento pueden identificar los procesos que llevan cada uno de sus puestos de trabajo.

Así mismo de la pregunta 1 al tener un 25% porcentaje que conocen lo normal a una oportunidad de mejoras significativas en la eficiencia y calidad a lo largo de tiempo identificando los procesos de su puesto de trabajo para monitorearlos y darle retroalimentación continua para identificar posibles problemas y erradicarlos para perfeccionarlos.

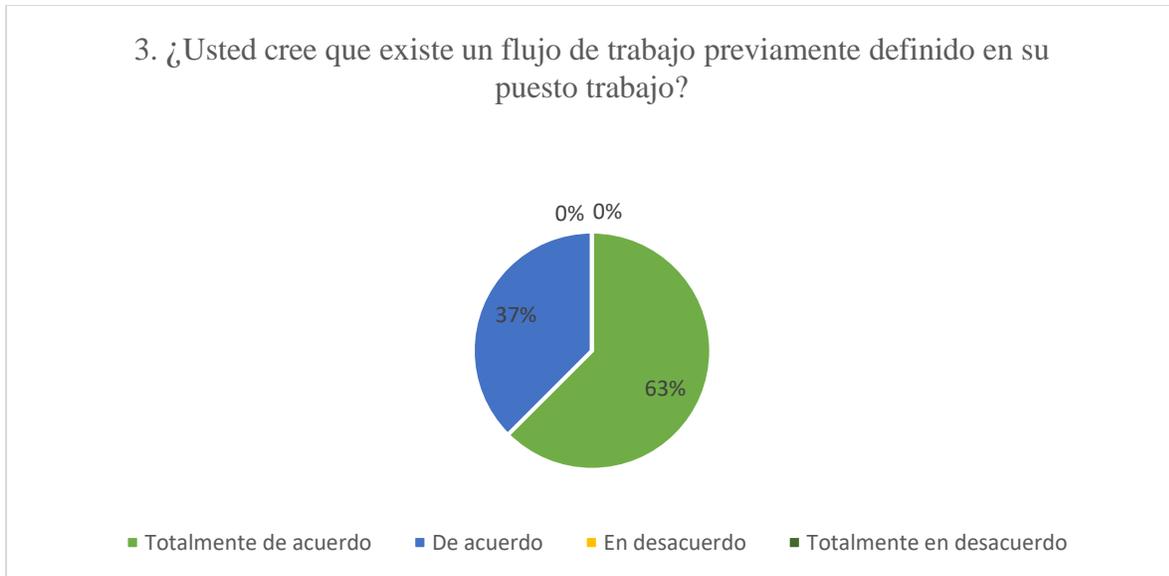


Figura21. Sobre el flujo definido en Unotrans

Fuente: propia

El 63% de los colaboradores del departamento de administración mencionaron tener un flujo de trabajo correcto lo cual a la es beneficioso para Unotrans ya queda eficacia y calidad proporcionado una guía clara y estructurada de cómo deben llevar las actividades laborales de manera consistente y efectiva.

El 37% de los colaboradores estar de acuerdo que está definido en su puesto de trabajo lo cual una oportunidad de perfeccionarlo teniendo el compromiso constante de la mejora continua. Los colaboradores deben dar la retroalimentación a sus compañeros para identificar las áreas de mejora y puedan realizar ajustes.

4. ¿Conoce que interacciones tiene su puesto de trabajo con otros procesos de la empresa?

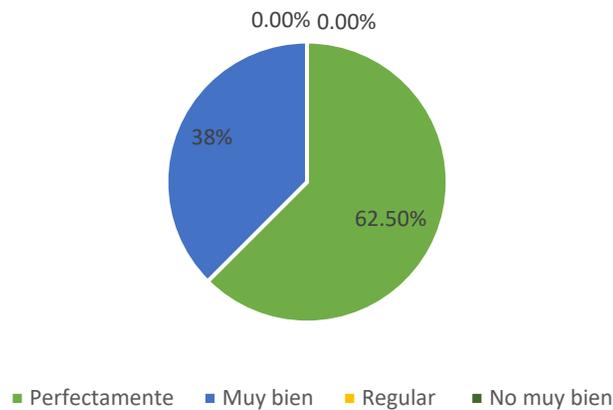


Figura22. Interacciones en los puesto de trabajo en el área administrativa,

Fuente: propia.

Los colaboradores del departamento de administración mencionan que 62.50% conocen las interacciones de su puesto de trabajando, dejando beneficios a la empresa disminuyendo las confusiones, promueve el cumplimiento de objetivos y relaciones proactivas. Estas interacciones son fundamentales para el éxito global de la organización, ya que permite una operación coordinada y eficiente en todos los niveles de la empresa.

Así mismo hay un 38% que tiene oportunidad de mejora para los colaboradores que siente no conocer las interacciones de su puesto de trabajo en su totalidad reiterándoles cuales son los departamentos con los que maneja interacción directamente y como influyen en sus funciones

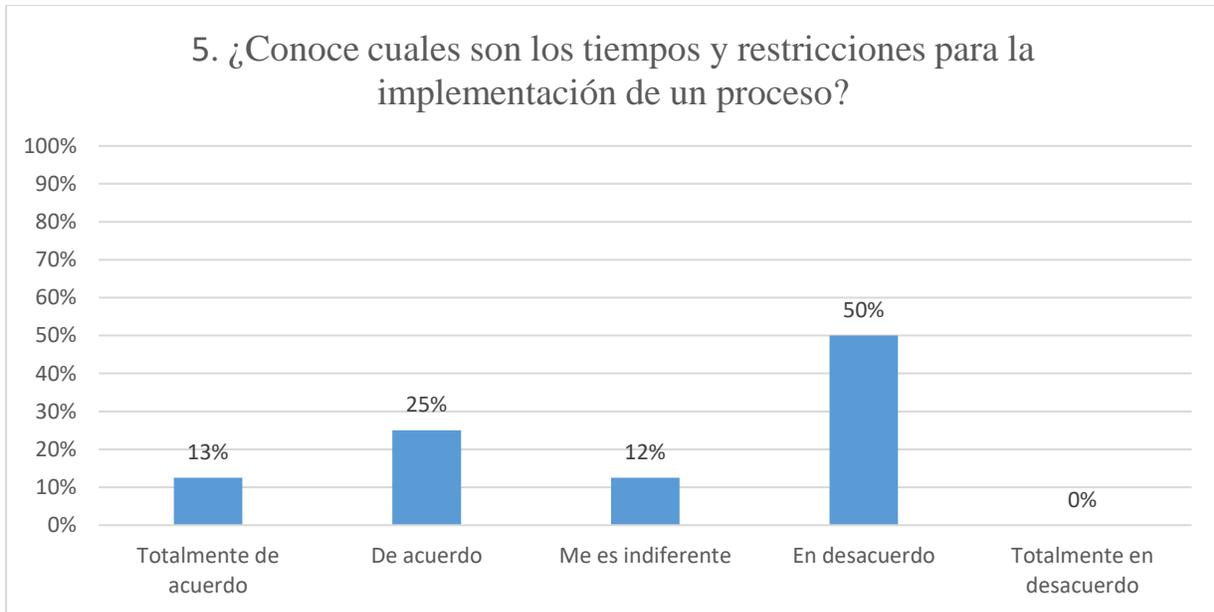


Figura23. Conocimiento en los tiempos y restricciones en implementación de un procesos

Fuente: propia

El 38% de los colaboradores del departamento de administración conoce como llevar los tiempos en los procesos, lo que indica que saben determinar el tiempo que se debe dedicar a cada actividad en su puesto de trabajo, sin embargo, el 62% menciono no conocerlos por lo que es muy preocupante ya que significa que sus procesos no están estandarizados, esto es esencial para planificar y ejecutar con éxito cualquier cambio en la organización.

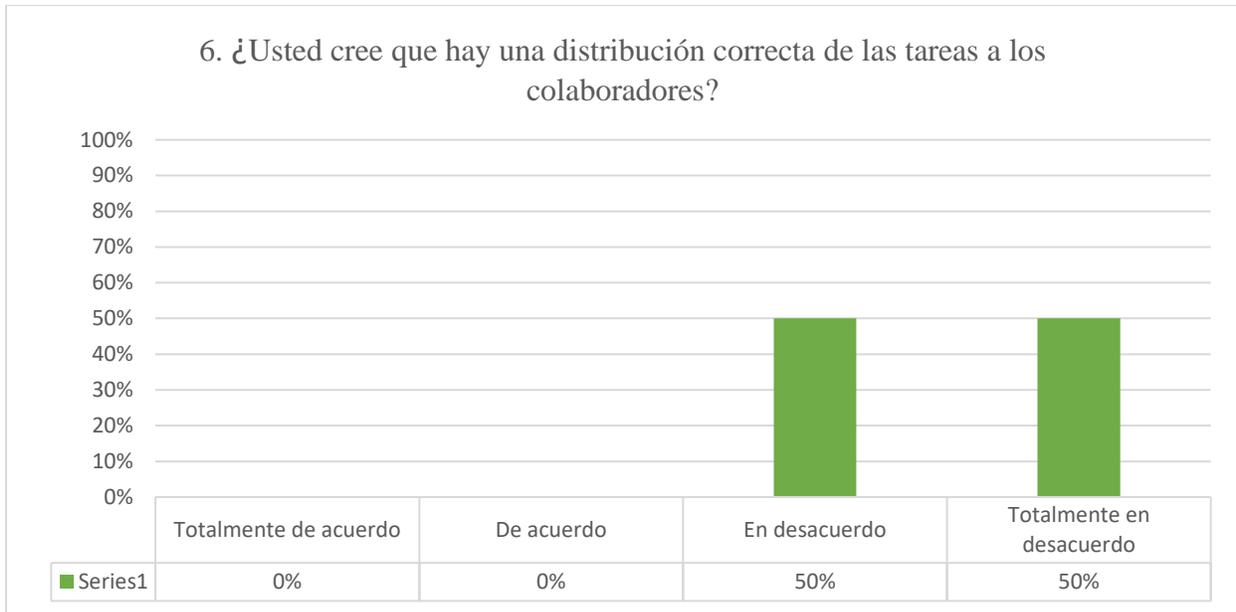


Figura24. Distribución de las tareas en colaboradores

Fuente: propia.

Con un 100% los colaboradores creen que las distribuciones de tareas no están equitativamente asignadas correctamente, donde puede haber muchos factores que se sientan recargados en su trabajo, encuentren reprocesos, no terminen sus las funciones en tiempo o correctamente, sientan estrés y frustración.

Cuando la distribución de tareas es la adecuada es porque tiene equilibrio, comunicación, consideración en las capacidades individuales lo que hace de manera efectiva mejorar la productividad, la moral, y el éxito en general de la organización.

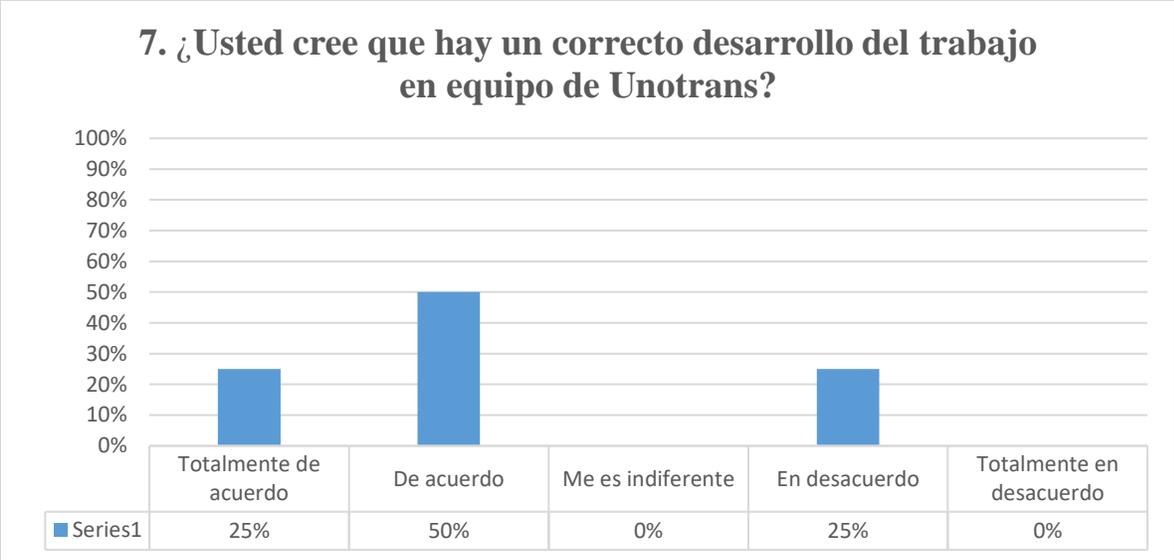


Figura25. Desarrollo de trabajo en equipo en Unotrans

Fuente: propia.

El 75% de los colaboradores están de acuerdo que Unotrans lleva un buen desarrollo en equipo es la gran mayoría, así mismo hay un 25% quienes no están de acuerdo ya que pueden sentir que hay una mala comunicación entre colaboradores no necesariamente del departamento sino con otros departamentos de la empresa, no hay liderazgo que los oriente rumbo a los objetivos a lograr en conjunto ,individualismo en pensar que con solo realizar sus funciones está bien , sin embargo no siente colaboración con otros compañeros, y no hay claridad en la metas.

Un correcto desarrollo del trabajo se refiere a llevar a cabo de las tareas y responsabilidades asignadas de manera efectiva, eficiente, y con un enfoque en la calidad.

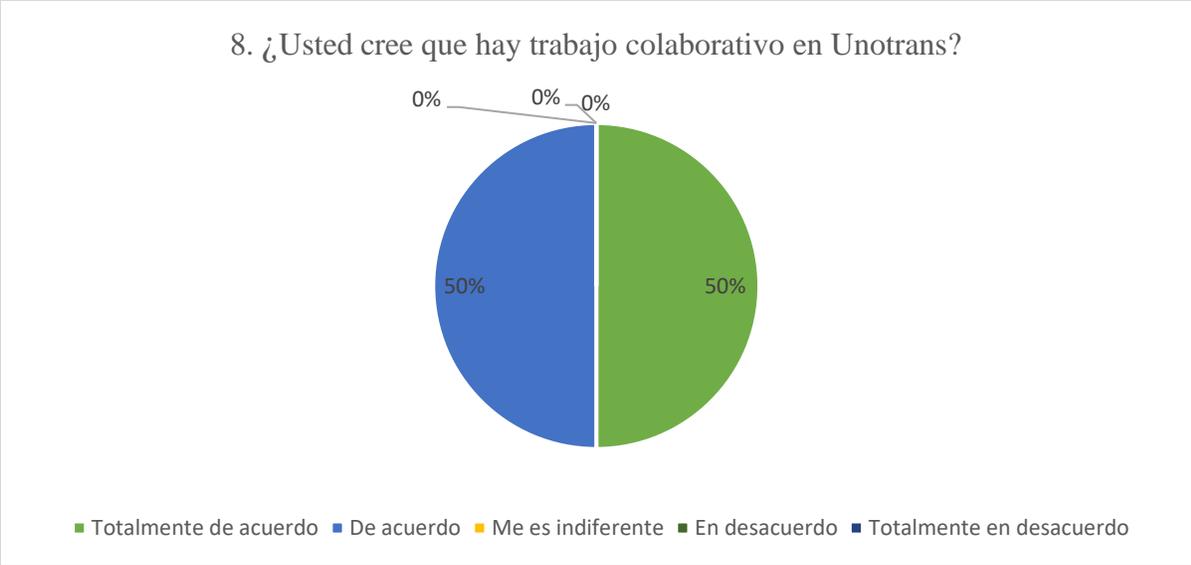


Figura 26. Trabajo Colaborativo en Unotrans.

Fuente: propia.

Todos los colaboradores del departamento de administración creen que, si hay un trabajo colaborativo en la empresa, facilita la resolución de problemas, la innovación y la consecución de objetivos de manera más eficiente al aprovechar el conocimiento y las capacidades de las personas. Esta forma de trabajo fomenta la cooperación, la comunicación, y el intercambio de ideas para mejorar la eficiencia y la calidad de resultados.

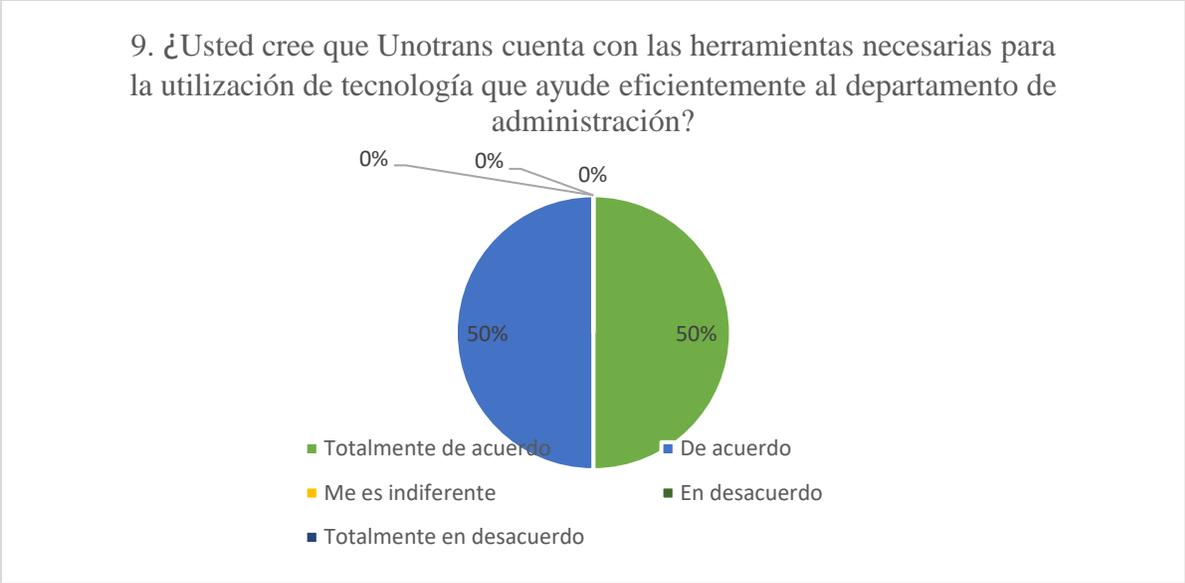


Figura27. Herramientas necesarias para el Depto. Administrativo en Unotrans.

Fuente: propia

Actualmente todos los colaboradores creen que en Unotrans se utiliza tecnología que le ayuda a realizar sus funciones de la mejor manera, entre las que ellos conocen son los sistemas que se utilizan actualmente en la empresa como es el uso de la plataforma Magaya que es usada por compañías de Logística en conjunto con contabilidad.

10. ¿Ha recibido la formación necesaria sobre el uso de las herramientas utilizadas en su puesto de trabajo?

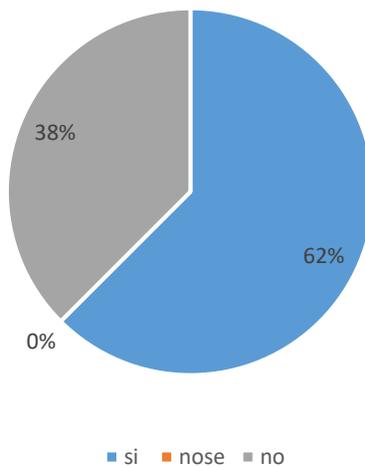


Figura 28. Formación necesaria para el uso de herramientas en Unotrans.

Fuente: Propia

En un 62% los colaboradores del departamento de administración de Unotrans sienten que la empresa los ha capacitado para el uso de herramientas en la empresa sin embargo hay un porcentaje menor en el que sienten que no conocen las herramientas a su totalidad, o no sienten que no les hayan brindado las capacitaciones adecuadas para el uso de esta ya que no las dominan perfectamente, por lo que los colaboradores sienten que el uso de las herramientas muy probable no lo manejen al 100% para aprovechar los sistemas que ellos utilizan en su día a día y están a prueba y error sobre los mismo quedándose cortos con el conocimiento adquirido con la práctica.

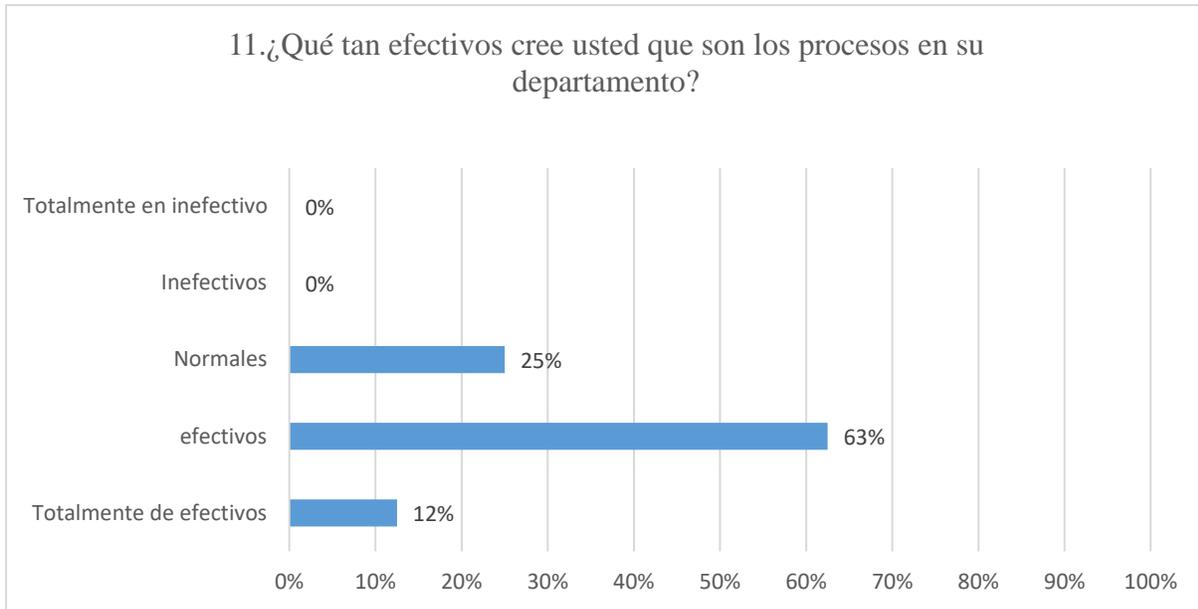


Figura29. Efectividad de los procesos en depto. Administrativo

Fuente: propia.

El 75% de los colaboradores del departamento creen que los procesos son efectivos en la empresa, sin embargo, el 25% cree que los procesos son normales y es de suma importancia abordar la inefectividad en los procesos para crear un sistema sistemático y continuo. Es importante identificar las causas específicas de la ineficiencia y tomar medidas concretas para abordarlas.

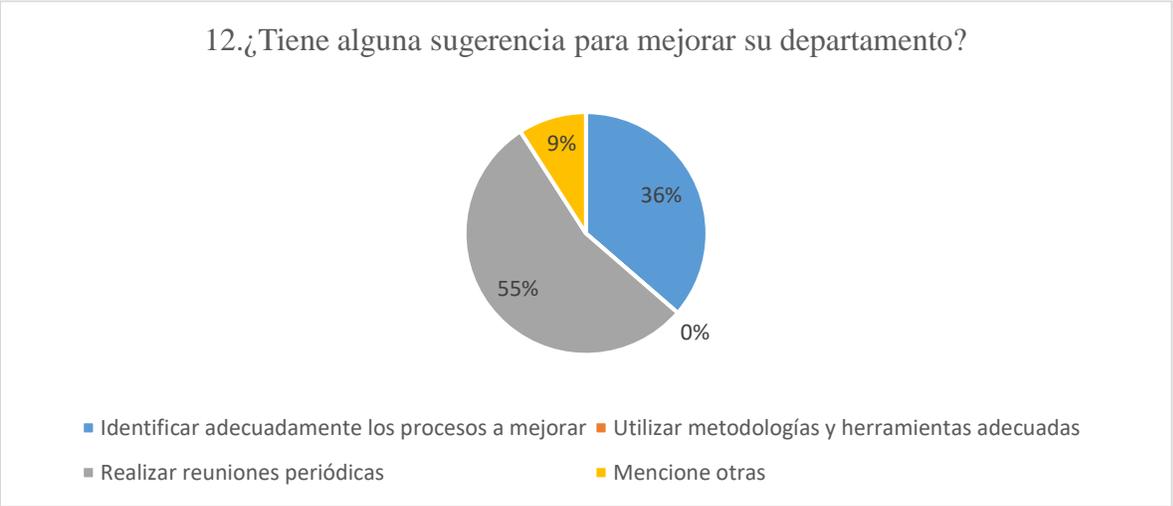


Figura30. Sugerencias para mejorar el departamento

Fuente: Propia

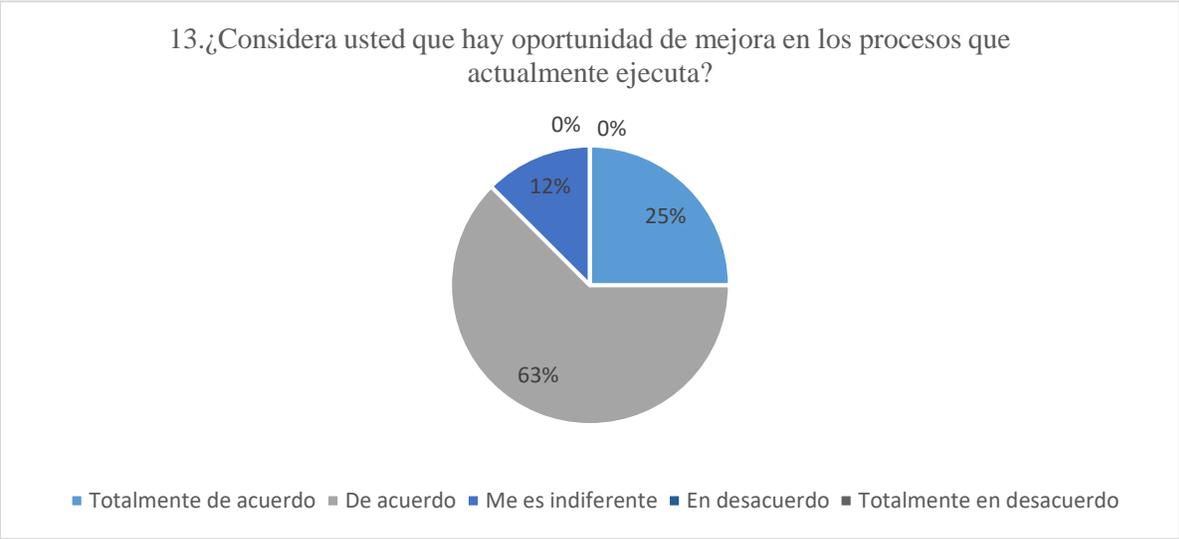


Figura31. Oportunidades de mejora en procesos actuales.

Fuente: propia

Las preguntas 12 y 13 van relacionadas al mejoramiento de los procesos. Todos están de acuerdo que hay oportunidad de mejora en los procesos que actualmente se están ejerciendo.

La mayoría de los colaboradores del departamento administración de Unotrans mencionaron que como mejora continua desearía que se realizaran reuniones periódicas ya que se logra interacción entre compañeros y se asume el compromiso en conjunto en equipo para mejorar los objetivos de las KPIS que no se realizaron en la semana.

Así mismo la segunda sugerencia más votada es la identificar que procesos se pueden mejorar en el departamento estos traerían múltiples beneficios de reducir costos, errores, satisfacción a los clientes internos y externos.

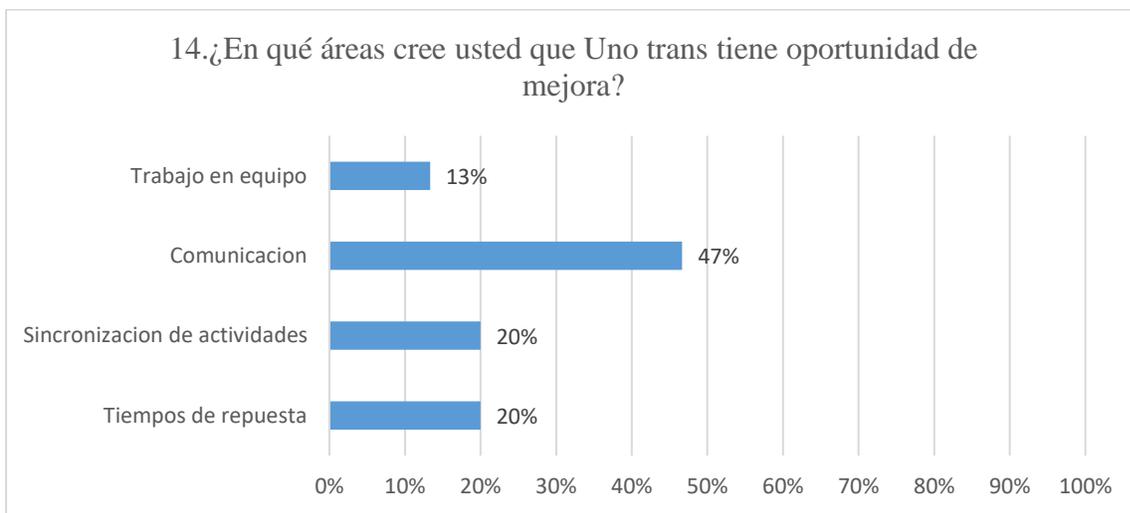


Figura32. Área de oportunidad de mejora.

Fuente: propia

El área que los colaboradores más recalcaron para tener una oportunidad de mejora es la comunicación, indica que es el área que han tenido más incidencias. Esto incita a mejorar la relación entre compañeros de trabajo fortaleciendo el trabajo en equipo para el beneficio de la empresa.

Las otras áreas que también tiene oportunidad de mejora son la sincronización de actividades que tiene mucha importancia ya que todo viene unido a la cadena de suministro de la empresa y donde ocurre un error se arrastra a los otros departamentos de la empresa llegando a impactar al departamento de administración donde termina el proceso y esto genera reprocesos.

Los tiempos de respuesta deben ser importantes para una empresa que ofrece servicios a sus clientes el resolver situaciones del día a día debe ser una prioridad, y si el departamento de administración depende de los tiempos de repuesta de otros departamentos no puede solucionar el problema al cliente y se le genera acumulación de trabajo mientras pasa este tiempo para resolver al cliente.

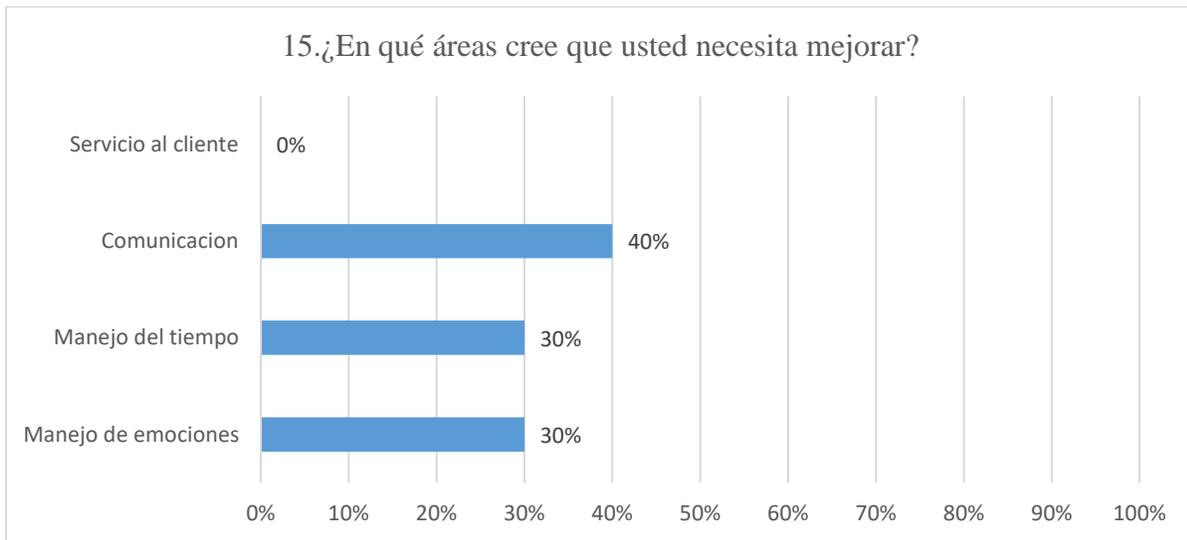


Figura33. Áreas que cada colaborador necesita mejorar.

Fuente: propia.

Como se mencionó en la pregunta número 14 de la encuesta los colaboradores del departamento de administración mencionaron que hay oportunidad de mejora en la comunicación como se ve reflejada en el grafico es la que más votaciones obtuvo.

Las actividades de su puesto de trabajo las manejan de la mejor manera, donde se muestra cierta debilidad es en el manejo de tiempo, lo cual es vital para cumplir tanto los objetivos, como la productividad y el rendimiento.

El manejo de las emociones en la empresa es vital, el trato cotidiano es con clientes internos y externos, esto ayudaría al empleado a evitar el desgaste emocional, enfrentamientos, y a lograr los objetivos con claridad.

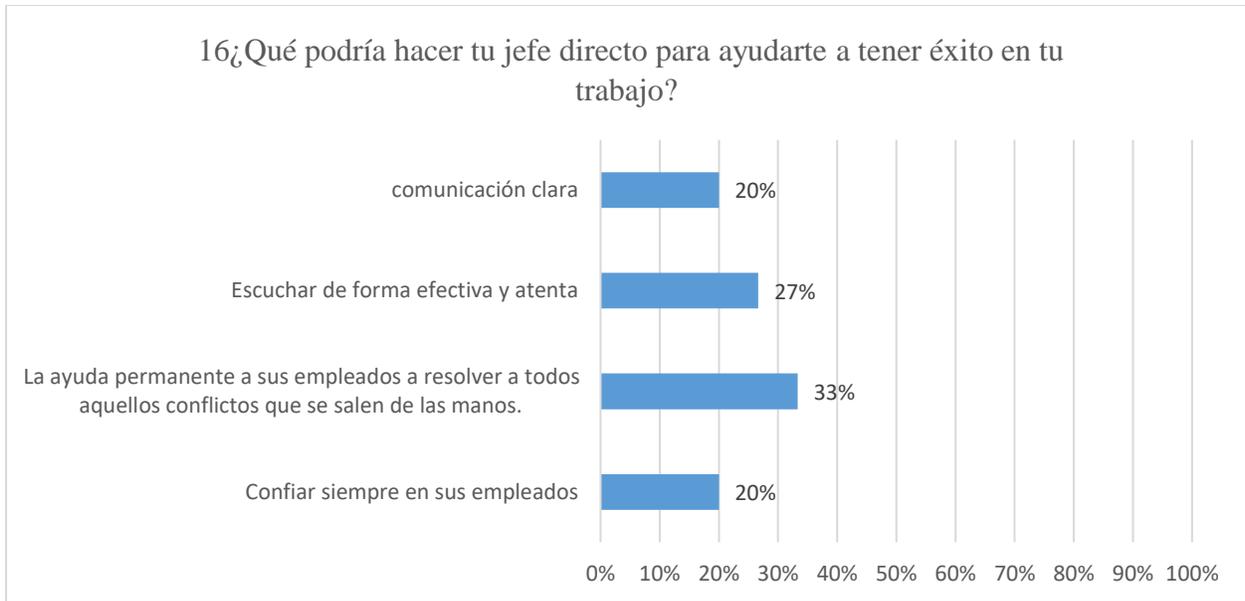


Figura 34. Acciones de ayuda de jefe directo

Fuente: propia

Los 4 factores fueron seleccionados por los colaboradores al responder la encuesta, sin embargo, enfatizaron la permanente necesidad de que el jefe directo, respalde siempre aquellas situaciones que se salgan de control de los empleados, brindándoles soluciones rápidas y eficientes. Como jefe se debe brindar la confianza permanente de que los empleados puedan abordar de inmediato cualquier situación fuera de control ante la autoridad competente para un rendimiento apropiado en el lugar de trabajo, porque los subalternos sabrán que este ayudara a encontrar la solución al problema, escuchar de forma efectiva y atenta viene encadenado también la comunicación clara en el que se debe mejorar entre subalternos y jefe directo.

Confiar siempre en sus empleados brinda a que los jefes no se carguen por querer realizar todas las actividades ya que no tiene confianza de que sus empleados, así mismo empoderar a los empleados a que ellos también puedan resolver situaciones hasta donde ellos consideren sea propio, esto ayudara a la empresa a que sus actividades se lleven de la mejor manera.

4.2 RESULTADOS DE ENCUESTA DIRIGIDA A TODOS LOS GERENTES DE UNOTRANS S.A

Este instrumento fue aplicado a todos los gerentes de la empresa Unotrans con el fin de evaluar la situación actual de planificación estratégica y la percepción de gerencia ante la cultura organizacional.

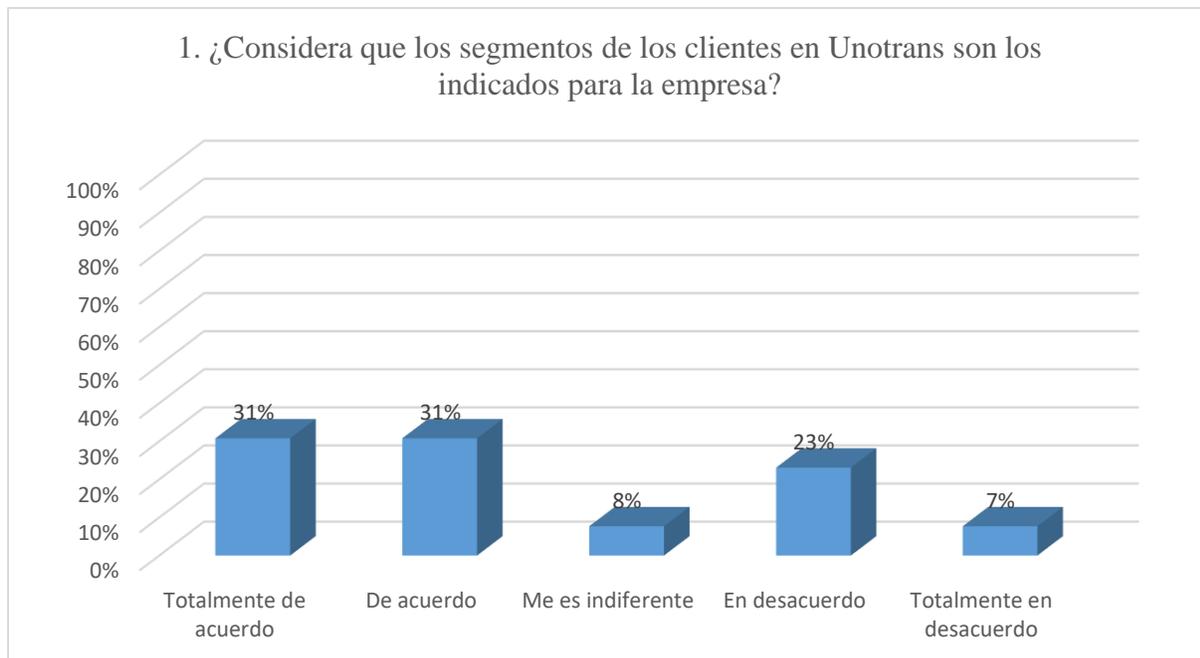


Figura35. Segmento de cliente indicados.

Fuente: propia

Según los gerentes el 62% cree que el segmento de los clientes que tiene la empresa son los indicados ya que consideran que son buenos clientes porque estos tienen gran volumen de carga, son pagadores, no regatean precios, y están fidelizados con la empresa.

Sin embargo, un 30% mencionaron no estar de acuerdo que todos los clientes de Unotrans son los indicados si un cliente requiere una cantidad significativa de tiempo y recursos, pero no genera suficiente ganancia para justificarlos, es posible que consideren no mantener una relación a largo plazo. Hay que realizar un análisis de rentabilidad para identificar cuáles clientes son los más rentables y cuáles generan pérdidas para la empresa ayudando a gestionar la cartera de los clientes. El 8% menciona tener una opinión neutral, lo cual es indicador de preocupación ya que

el cliente son los que mantiene a flote la empresa por lo que es un indicador de mucha importancia que define el futuro de la empresa.

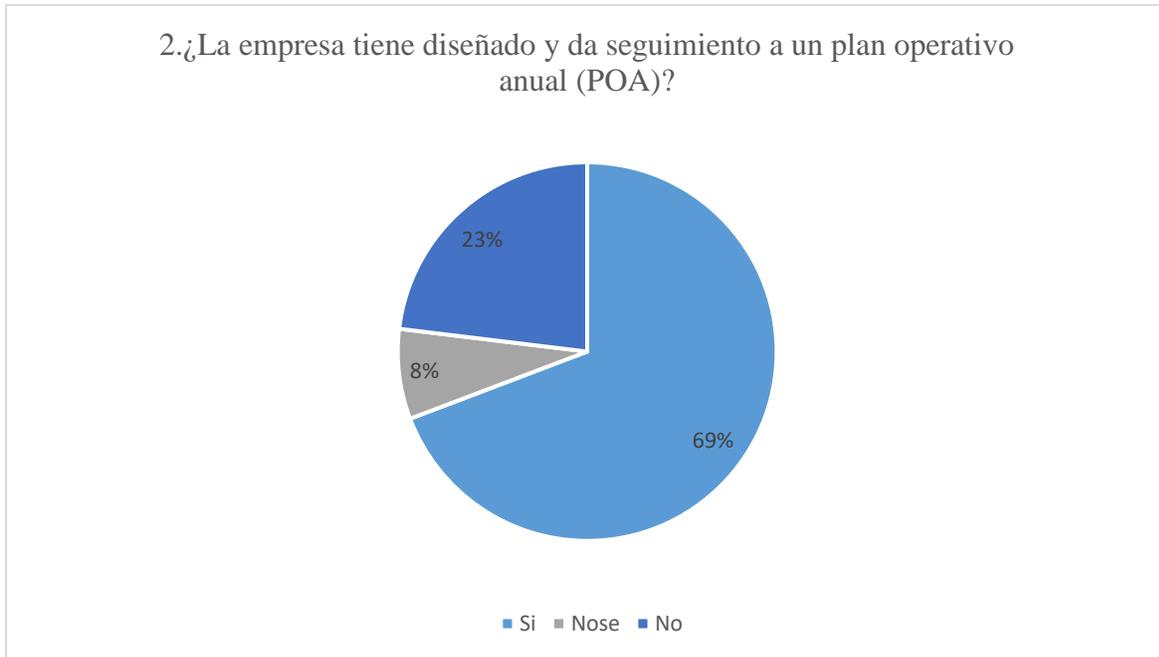


Figura36. Conocimiento de POA en Unotrans.

Fuente: propia

La mayoría de los gerentes mencionaron con un 69% que, si se realiza un plan operativo anual y que, si de da seguimiento, sin embargo, hay 31 % que menciona que no se realiza o no saben si se realiza por lo que se puede deducir que no se toma en cuenta a toda la gerencia para realizar este plan operativo de la empresa. Dado esto al mencionar que no se lleva a cabo esto también da hincapié a que no se realiza adecuadamente y dado esto ellos mencionan que no se realiza.

Es de suma importancia que toda la gerencia se tome en cuenta para la realización de este se generar los objetivos a realizar a futuro.

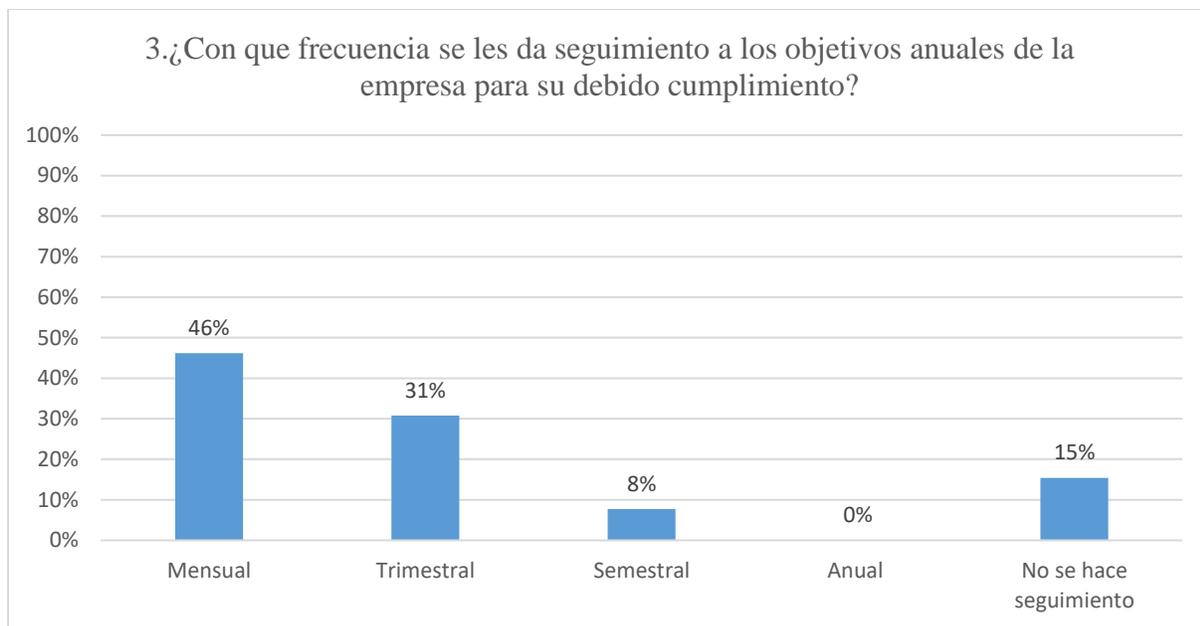


Figura 37. Frecuencia de cálculo de objetivos.

Fuente: propia.

Hay diferentes respuestas dadas a esta pregunta de la pregunta 2 se concluye que al no compartir o discutir el POA con todos los gerentes se puede observar que no se verifican los objetivos anuales en conjunto de toda la gerencia, dado esto hay tanta variación de respuesta la variación de estas puede deberse a diferentes factores como cultura organizacional, la estructura de gestión, la comunicación interna, y la forma como se establece y miden los objetivos.

Lo gerentes que colocaron como su repuesta dan seguimiento de forma mensual muy probable lo hacen ya que deben verificar las cifras del área de ventas cada mes, los que mencionan que se manejan de manera trimestral y semestral muy probable verifican estos objetivos a nivel de departamentos.

El 15% donde menciona que no se hace seguimiento significa que no se toman en cuentan para verificar los objetivos generales de la empresa y no se plantean los objetivos a nivel de departamento.

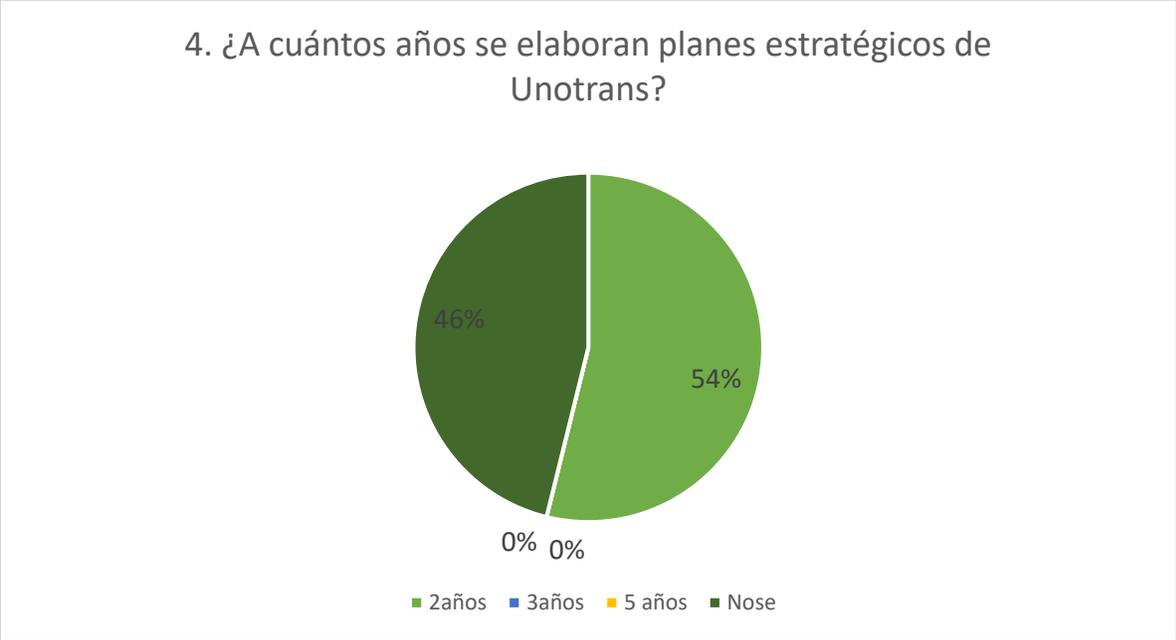


Figura38. Conocimiento de elaboración de planes estratégico en Unotrans.

Fuente: propia

Un 54% de los gerentes mencionan realizan el plan estratégico cada 2 años, sin embargo, la mayoría de las repuestas no conocen si lo llevan a cabo o cada cuanto lo ejecutan. La planeación estratégica en la empresa no se realiza bien ya que para una planificación estratégica se realiza con toda la gerencia ya que se ve el futuro de la empresa y se ven los objetivos a largo plazo y la visión de la empresa esto define el rumbo que tomara la empresa.

La elección de la duración del plan estratégico se basa en las necesidades y circunstancias de la empresa, así como de su capacidad para adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio como lo es el rubro logístico. El plan estratégico debe ser documentado y adaptable para guiar la organización hacia sus metas a largo plazo.

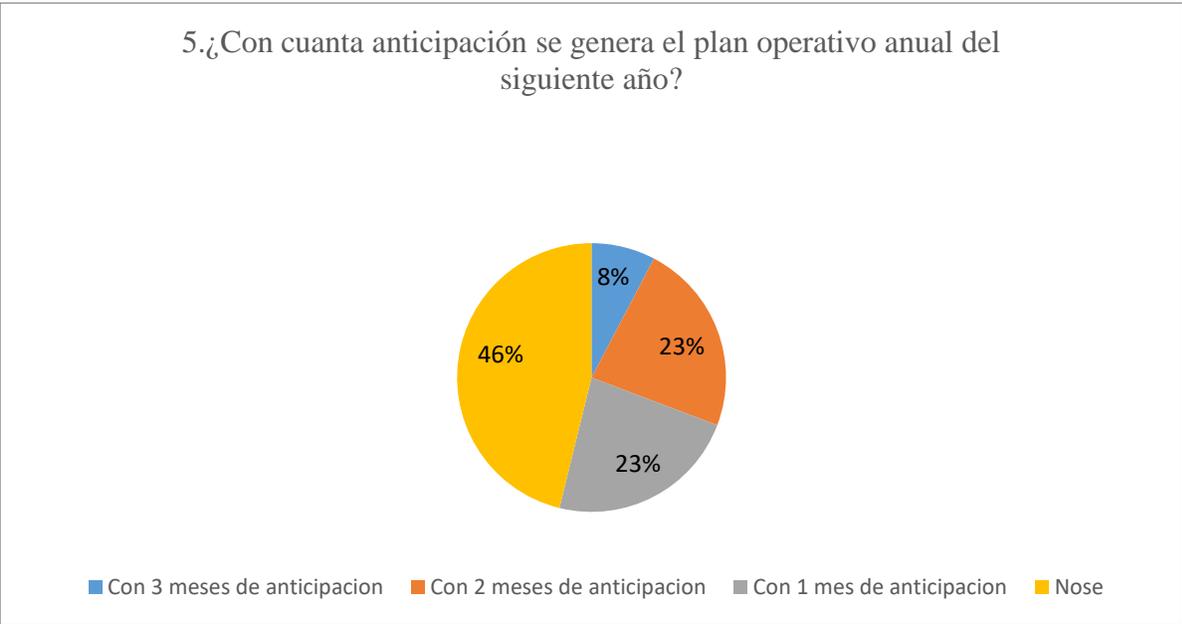


Figura39. Anticipación de POA en Unotrans.

Fuente: propia

Al observar en la pregunta 2 que no toman en cuenta a toda la gerencia para la generación de un plan operativo anual la mayoría no sabe con cuanta anticipación realiza la empresa el plan operativo anual. En la mayoría de las empresas en general el plan operativo se realiza 2 o 3 meses antes de finalizar el año ya que saben cómo ha ido la empresa y se establece los objetivos a lograr del siguiente año.

Muchas organizaciones inician su año fiscal el 1 de enero o el 1 de abril, el proceso de planificación comienza en tres meses a 6 meses antes del nuevo inicio del año fiscal. Algunas organizaciones pueden comenzar la planificación operativa con más tiempo de antelación mientras otras pueden tener un proceso más ágil y comenzar más cerca del inicio del año fiscal, la clave es realizarlo con suficiente tiempo de anticipación.

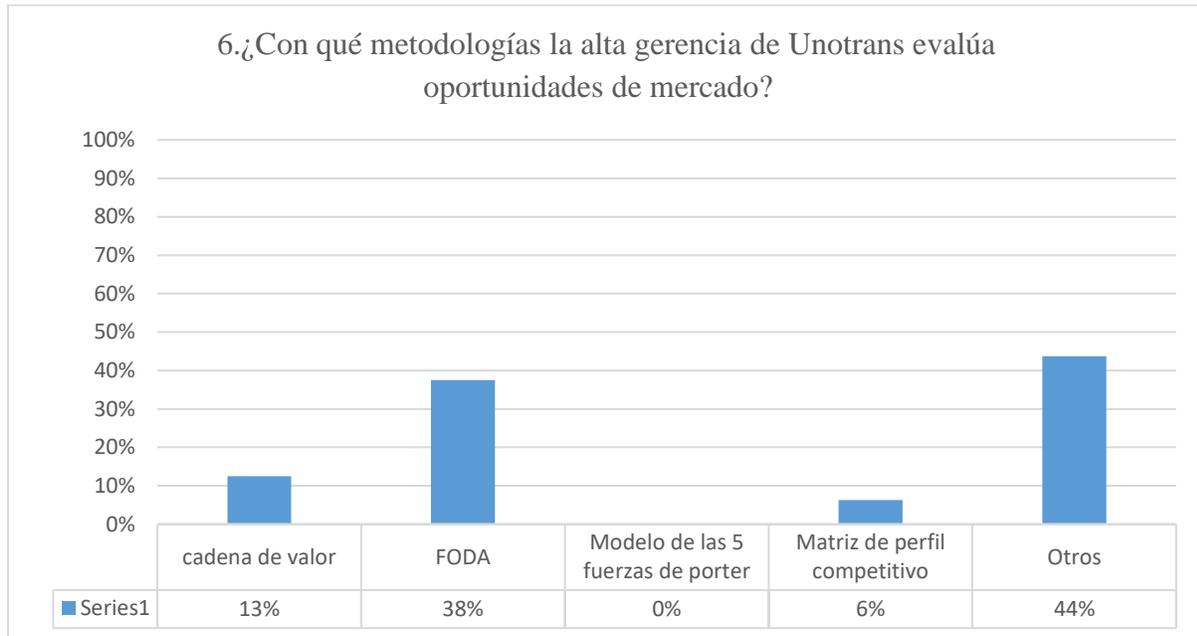


Figura 40. Metodologías de evaluación de Gerencia en Unotrans.

Fuente: propia.

La metodología más votada a utilizar por la alta gerencia de Unotrans las oportunidades de mercado es el FODA ya que además de ser una de las más conocidas, las empresas deben conocer cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a las que está expuesta cada día.

Las otras metodologías utilizadas en Unotrans para evaluar las oportunidades del mercado son: análisis de la competencia, análisis de proveedores, segmentación de clientes.

Así mismo la cadena de valor, y la matriz de perfil competitivo no son muy utilizadas en la empresa.

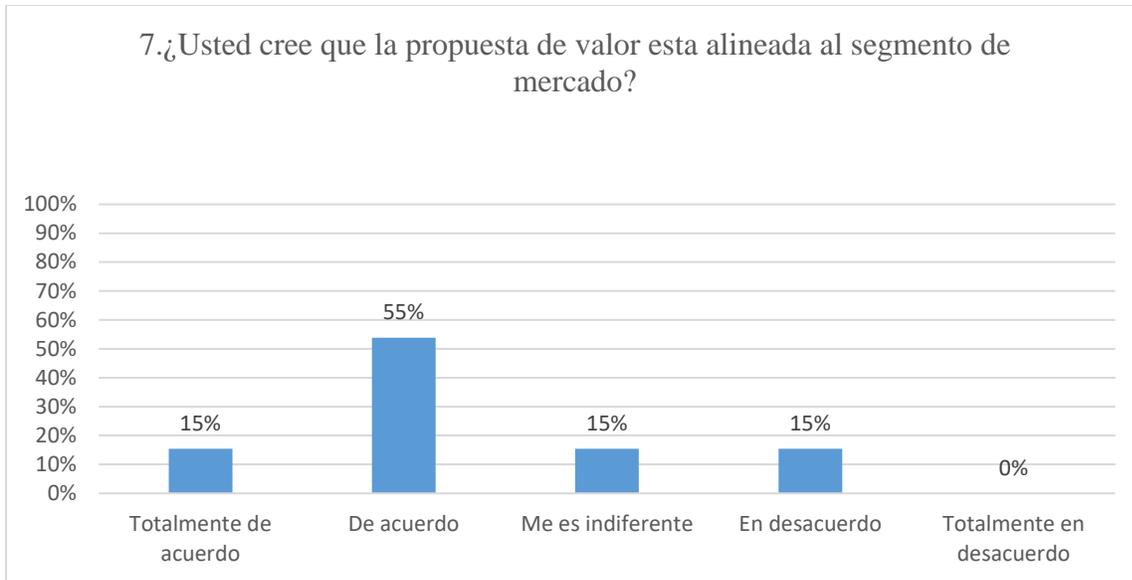


Figura41. Segmento de mercado alineada a propuesta de valor

Fuente: Propia

El 70% de los gerentes está de acuerdo que la propuesta de valor de Unotrans que brinda a sus clientes cumple las necesidades y expectativas. La propuesta de valor de la empresa cumple e intenta quitar los dolores de cabeza del cliente en cuanto un mal servicio al ser un servicio especializado en cada uno de sus departamentos.

Sin embargo, según el análisis de la gráfica hay un 30% en el que indiferente o está en desacuerdo con la propuesta de valor, muy probable los gerentes creen que la empresa tiene oportunidad de mejora en varios aspectos para que la propuesta de valor sea considerada como la mejor que la empresa puede brindar.

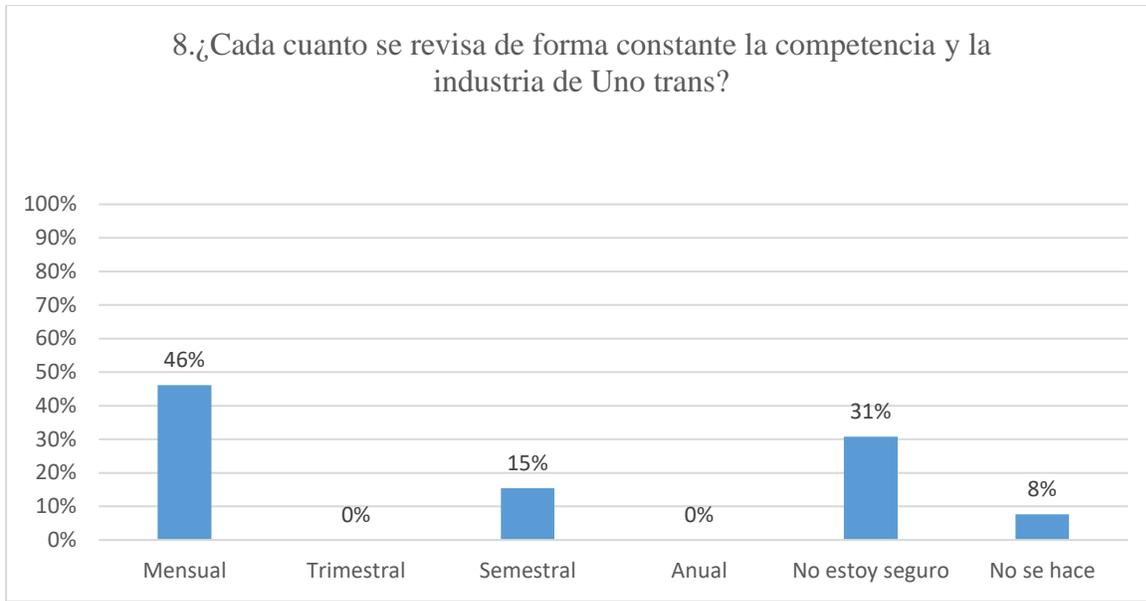


Figura 42. Seguimiento de la competencia en Unotrans.

Fuente: propia.

Por lo que se ve la gráfica la competencia no se verifica en conjunto de todos los gerentes mucho no saben o menciona que no se hace, a causa de lo antes mencionado es muy posible que los gerentes de venta realizan la revisión de tarifas de la competencia mensual y los otros gerentes lo revisan semestral. Lo ideal que por el rubro se realizan de forma mensual y en conjunto para realizar toma de decisión y acciones en tiempo.

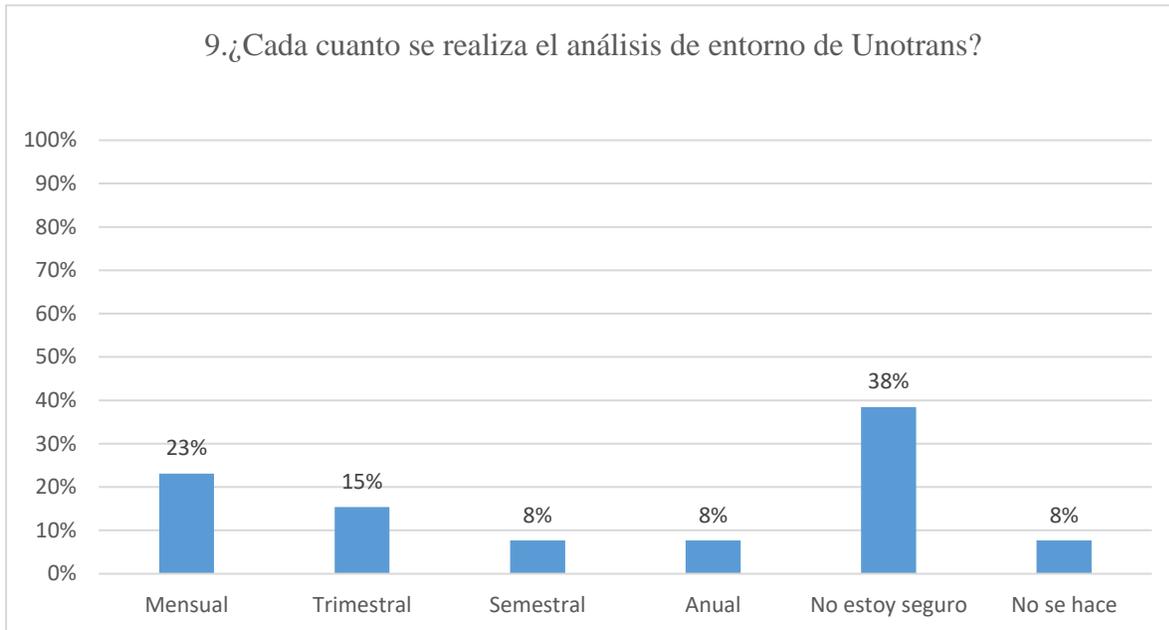


Figura 43. Análisis del entorno.

Fuente:

propia.

La mayoría de los gerentes desconocen cada cuanto se realiza un análisis del entorno y al ver la demás respuesta variadas hacer ver que es muy probable que en la empresa no realice el análisis del entorno como se debe.

La importancia de realizar un análisis del entorno ayuda a prevenir futuras amenazas y tomar acciones en tiempo para el desarrollo de estrategia para combatir las, así mismo destacar aún más sus fortalezas y convertir sus oportunidades en fortalezas.

La frecuencia de los análisis del entorno depende en gran medida de la naturaleza de la industria, la estrategia de la organización y la velocidad de cambio en el entorno. Sin embargo, es importante destacar que, independientemente de la frecuencia, los análisis del entorno deben ser parte integral del proceso de toma de decisiones estratégicas para garantizar que la organización esté preparada para adaptarse a los cambios y aprovechar las oportunidades

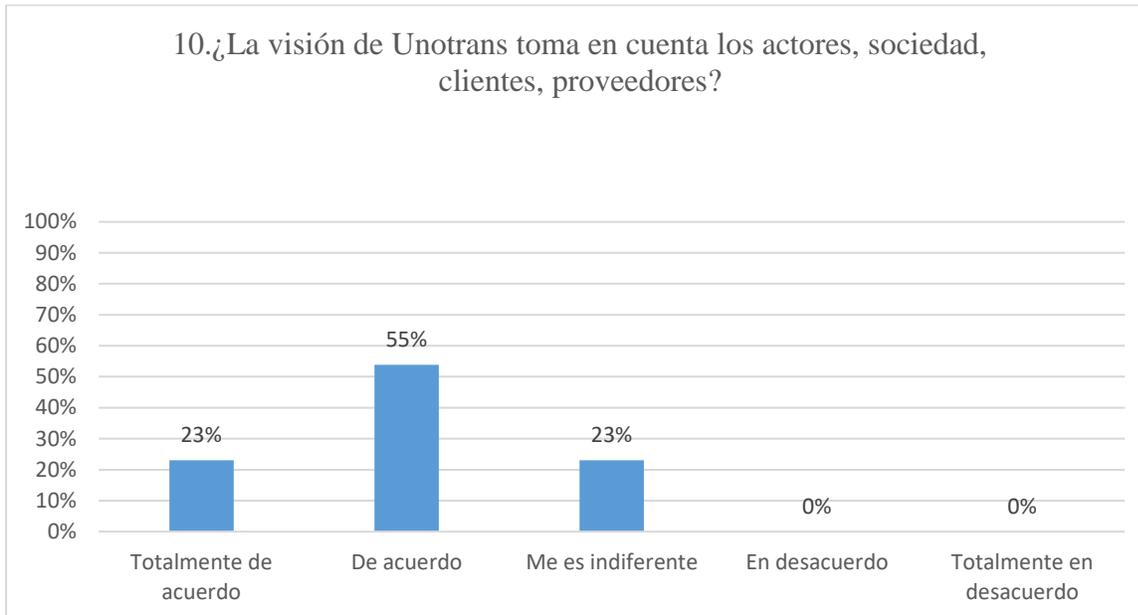


Figura 44. Tomadores de la Visión en Unotrans.

Fuente: propia.

Según todos los gerentes en su mayoría el 78% si están de acuerdo que la visión de Unotrans toman en cuenta estos factores por lo que buen ya que determina la estrategia de la empresa.

Sin embargo, el 23% que es indiferente, que la visión tome estos factores es muy probable que no estén seguros si no toman alguno o muchos de estos.

La visión de una organización debe ser poderosa y significativa que refleje valores, su propósito y sus aspiraciones al largo plazo.



Figura45. Enlace de la estrategia con Visión y Misión

Fuente: propia.

El 92% de los gerentes están de acuerdo que la visión y cultura organizacional en la empresa van de la mano, siendo importante porque para lograr a tener una gran estrategia si su cultura organización no es buena porque las personas se sienten desmotivadas no darán su mayor potencial a la empresa causando el incumplimiento de los objetivos planteados.

El bajo porcentaje que colocaron estar en desacuerdo muy probable es que se sienta desmotivados.

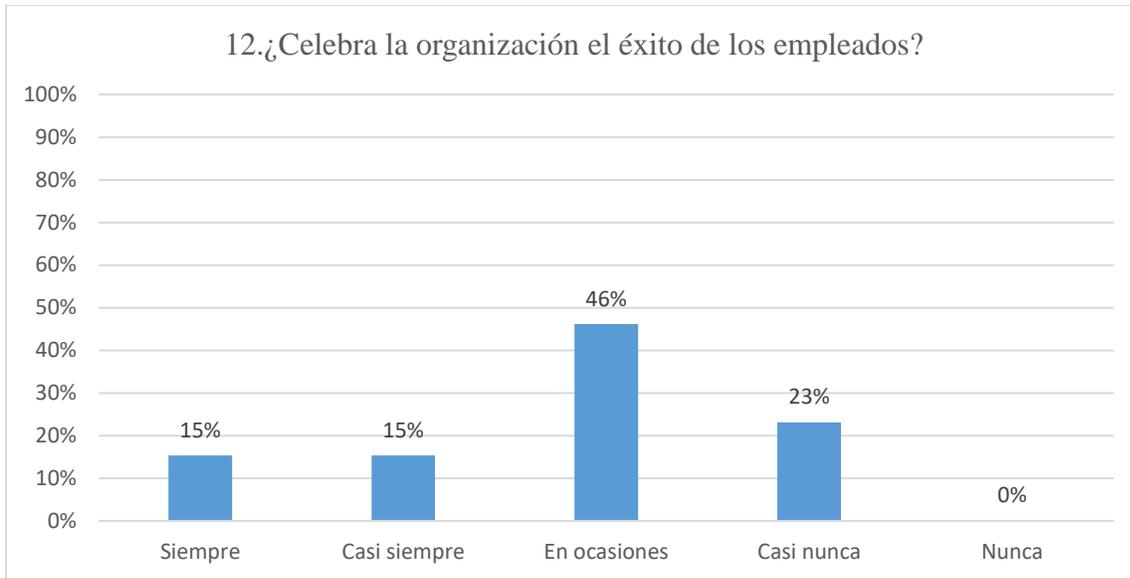


Figura46. Celebración del éxitos de empleados en Unotrans.

Fuente: propia.

El 30% menciona que la empresa si celebra el éxito de los empleados por lo que se puede decir que como gerentes si creen que reconocen a los empleados.

Sin embargo, el 46% más alto de la gráfica menciona que solo en ocasiones lo hacen por lo que habría que analizar del porque y cuando amerita que celebre en ciertas ocasiones y no siempre.

El menor porcentaje siendo un 23% menciona que casi nunca los celebran significa que no siente que ni ellos como lideres ni sus subalternos no siente que celebren el éxito cuando realizan las cosas bien.

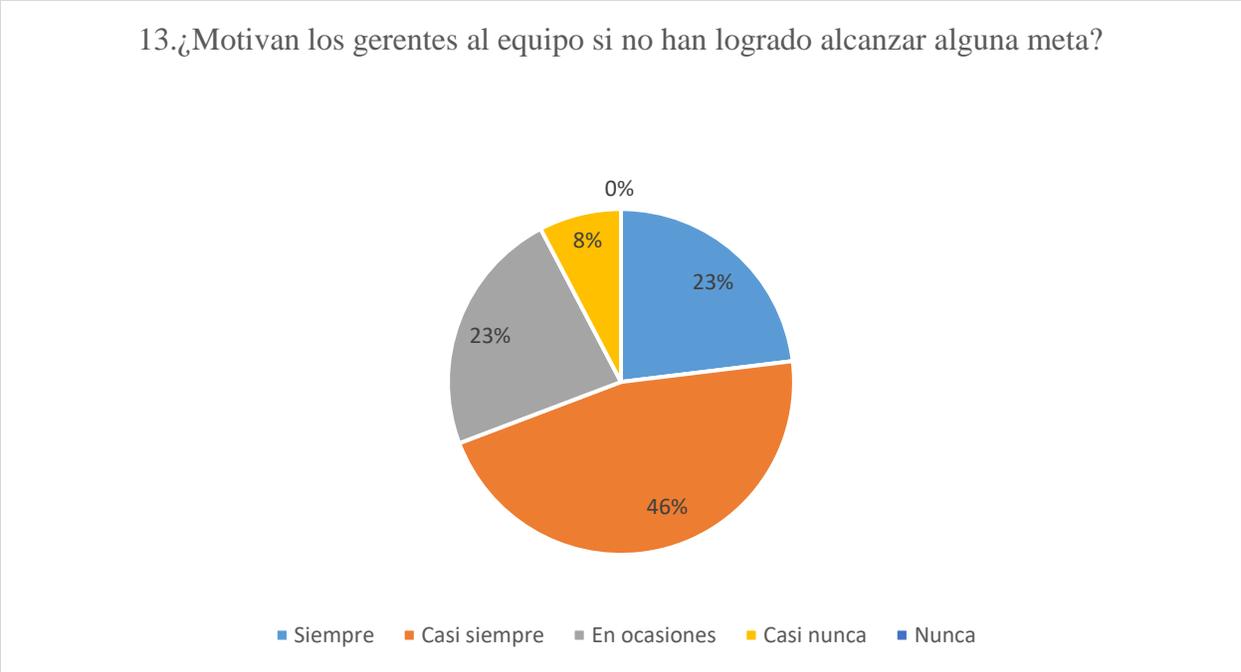


Figura 47. Motivación a los colaboradores por parte de gerencia.

Fuente: propia.

El 69% de los gerentes mencionaron si motivan a su equipo de trabajo por lo cual significa que son líderes ya que son capaces de inspirar a sus subordinados cuando algo suceden problemas. Son capaces de motivarlos a tomar riesgos y nuevos procesos, para mantener un alto nivel de compromiso, son equipo.

Sin embargo, hay un 23% que mencionan que solo en ocasiones los motivan y motivan a su equipo cuando no se alcanza la meta lo cual provoca desmotivación en algunos colaboradores al no sentirse apoyados.

La meta no siempre se alcanza en el primer intento y es normal enfrentar obstáculos en el camino hacia el éxito. La clave es mantener un ambiente de trabajo positivo y de apoyo que permita al equipo aprender y crecer a partir de las experiencias y trabajar juntos para lograr los objetivos revisados.

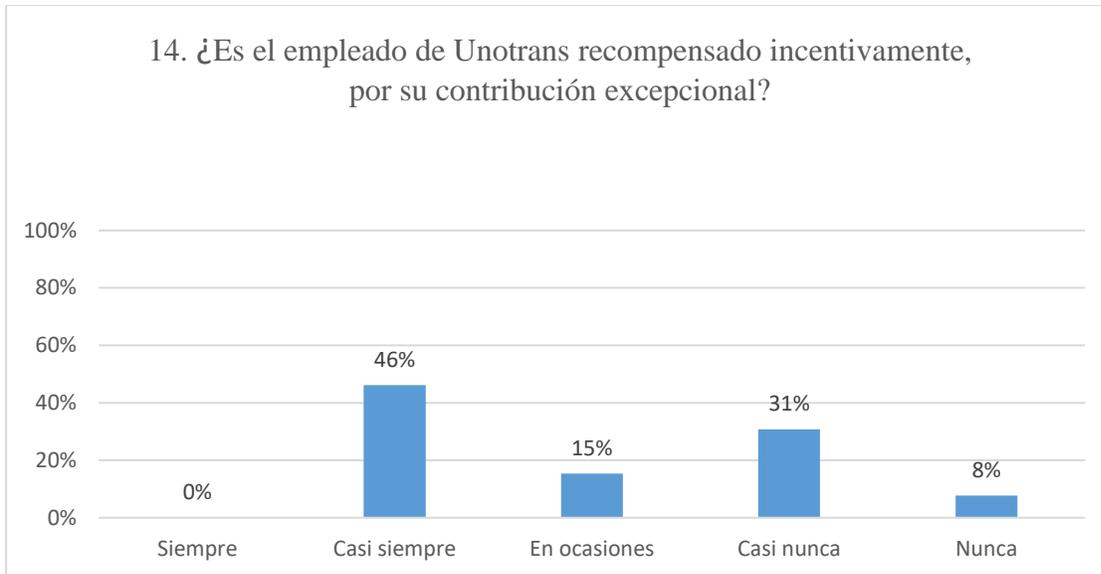


Figura 48. Recompensa de empleados en Unotrans.

Fuente: propia.

El 46% de los gerentes piensan que los empleados si se les da contribución excepcional, sin embargo, hay un porcentaje de 54% de que, en ocasiones, casi nunca y nunca los recompensan de manera excepcional, esto causara una desmotivación para los colaboradores causando baja productividad, alta rotación del personal, y deterioro en la salud física como mental.

La parte más importante de una empresa es el talento humano ya que permite que las empresas obtengan mejores resultados y cumplan todas sus metas.

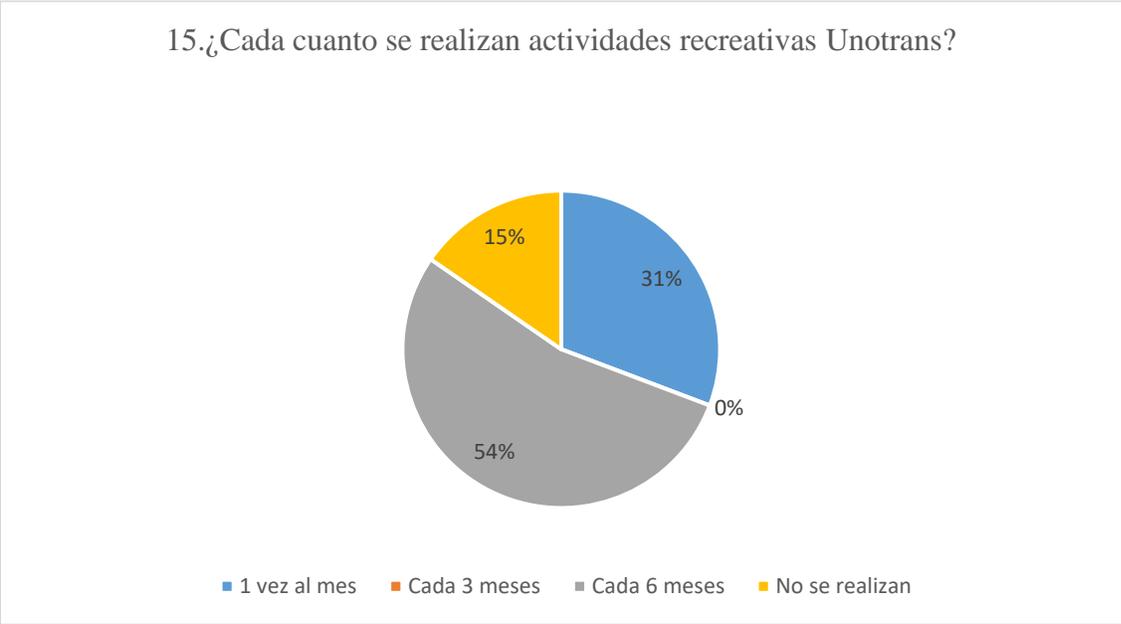


Figura 49. Frecuencia de actividades Recreativas en Unotrans.

Fuente: propia.

El 85% de los gerentes mencionan que si se hacen actividades recreativas para fomentar la consolidación pertenecía a la empresa como una familia. Los beneficios de esto a la cultura organizacional son inclusión social, empatía entre el equipo de trabajo, y unión entre el grupo.

Este tipo de prácticas en las empresas ayudan a los colaboradores a aliviar el estrés laboral y promover el espíritu de equipo, mejorar el desempeño de los trabajadores en la vida diaria, la integración de nuevos empleados, así como generar confianza entre los equipos, los valores positivos del ejercicio físico para la salud.

4.3 RESULTADOS DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE UNOTRANS S.A

Este instrumento fue aplicado a todos los clientes de la empresa Unotrans con el fin de evaluar el posicionamiento de la empresa así mismo de conocer la opinión del cliente en cuanto a la publicidad.

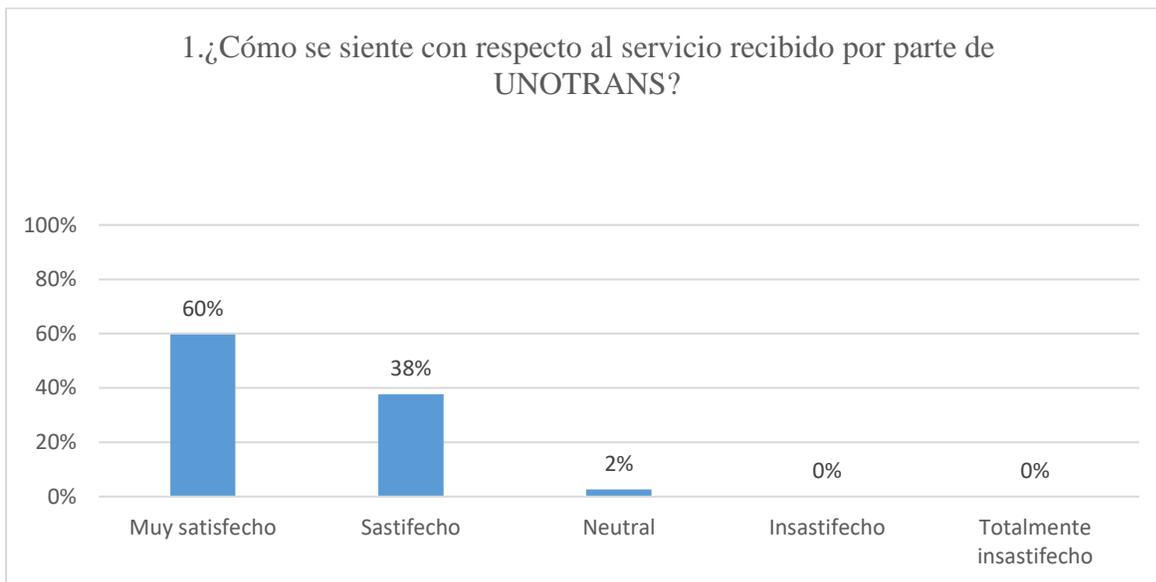


Figura 50. Servicio recibido por parte de Unotrans.

Fuente: propia.

El 98% de los clientes encuestados están satisfechos con el servicio lo que indica que la compañía tiene la capacidad de diferenciarse de la competencia ya que el servicio es excelente y da un valor agregado a los clientes que hace que se sientan a gusto para seguir trabajando comercialmente con Unotrans. Esto hace que los dolores que tiene los clientes con la competencia den la oportunidad de recibir más clientela y denota el buen posicionamiento de la empresa. Esto es un indicativo de un excelente servicio y una sólida relación con los clientes.

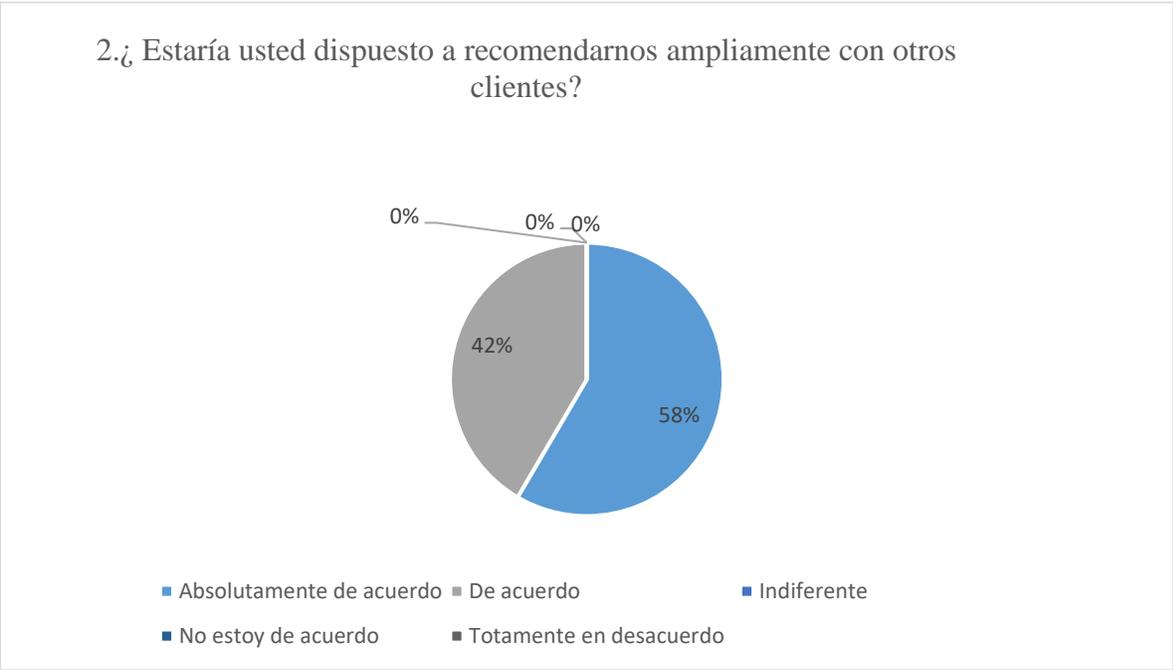


Figura 51. Recomendación de Unotrans a otros.

Fuente: propia.

El 100% de los clientes de Unotrans confían en la empresa para recomendarlos con otros clientes, confían en la empresa porque se sienten seguros adquiriendo los servicios ya que satisfacen sus necesidades y supera sus expectativas.

Esto ayuda entender que la empresa que una forma de promoción consiste en obtener nuevas ventas a través de las recomendaciones realizadas por los clientes actuales. La confianza del cliente es un activo crítico que puede tener impacto positivo en todos los aspectos del negocio, desde la retención de clientes hasta el crecimiento y la reputación de la empresa.

Mantener y cultivar esta confianza debe ser una prioridad continua para Unotrans y es un indicativo sólido de un servicio y compromiso excepcionales con los clientes

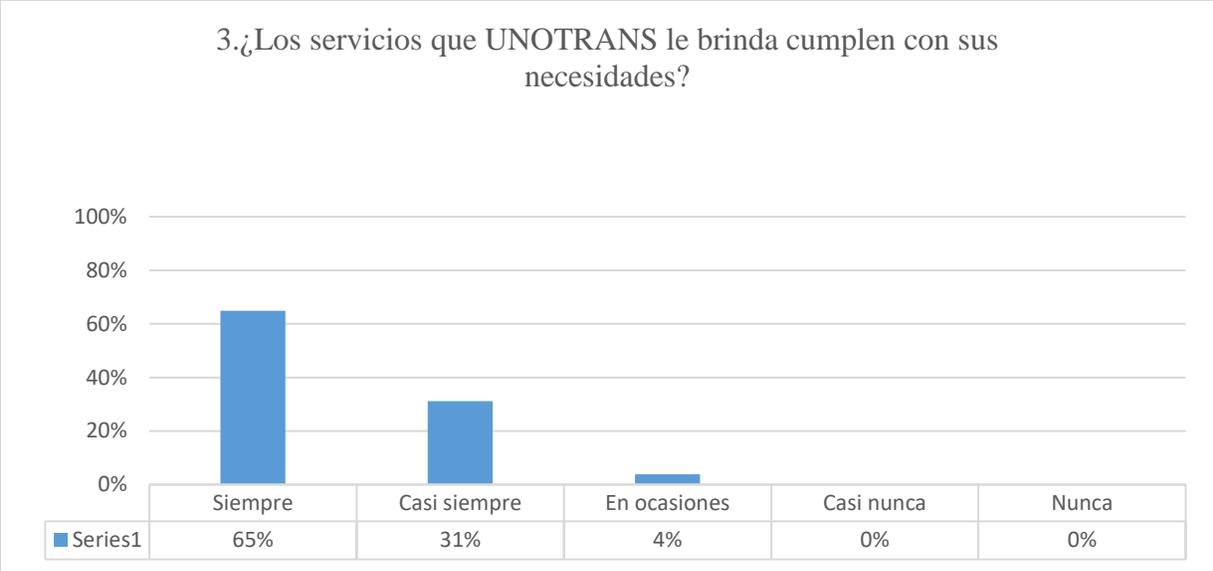


Figura 52. Cumplimiento de necesidades de Unotrans.

Fuente: propia.

El 96% de los clientes siente que Unotrans cumplen sus necesidades al sentirse escuchados, la empresa se coloca en su lugar, proporciona una experiencia completa al brindarles una tarifa justa, dar servicios personalizados, y cuando ocurren problemas no dejarlos solos, lo que da un valor agregado.

Estos altos niveles de satisfacción del cliente sugieren que la empresa está haciendo muchas cosas correctamente en términos de comprensión de las necesidades del cliente y brindar un servicio de alta calidad. Unotrans está comprometida en brindar un excelente servicio al cliente y en comprender y satisfacer las necesidades de su cliente de manera efectiva, continuar con este enfoque ayudara a la empresa a mantener y fortalecer su posicionamiento en el mercado

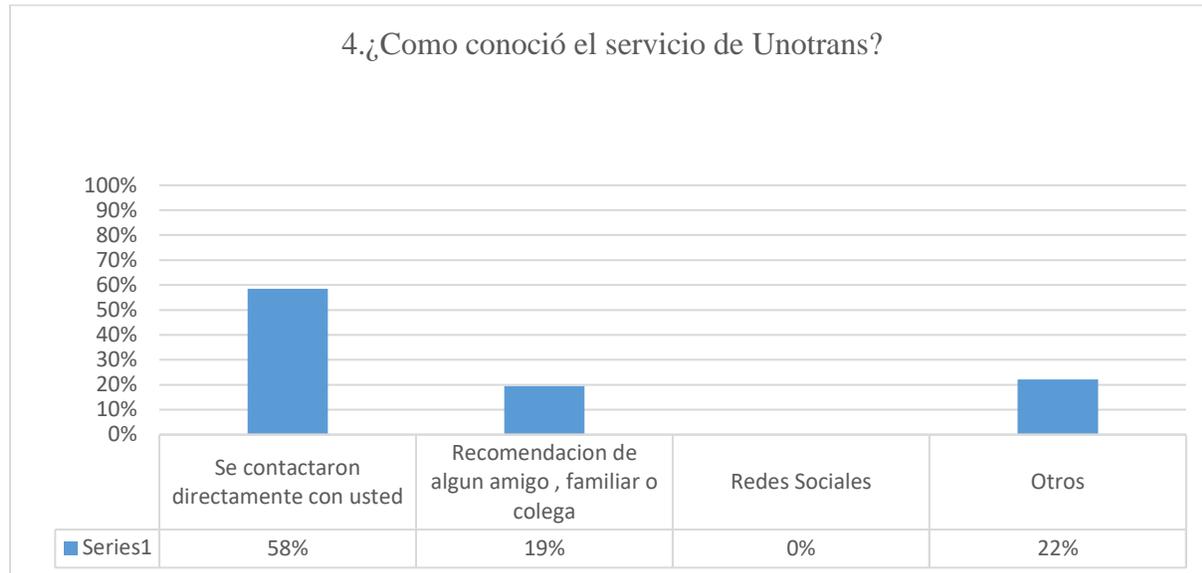


Figura 53. Conocimiento de Unotrans.

Fuente: propia.

La mayoría de la fuerza de Unotrans es por medio del equipo de ventas, han logrado abarcar una amplia cobertura con clientes y fidelizarlos. La publicidad indirecta como se mencionó en la pregunta número 1 es por medio de recomendación por otros clientes, y para último, por lo años de experiencia en el rubro la empresa es escuchado en muchos lugares.

Así mismo se puede observar que no se tiene mucha afluencia en redes sociales por lo que es una oportunidad de mejora para poder llegar a cliente potenciales que tal vez no conozcan a la empresa y puedan conocerla mediante redes sociales. Las redes sociales ofrecen una excelente oportunidad para ampliar la presencia de la empresa y llegar a nuevos clientes potenciales.

Con una estrategia sólida y compromiso activo Unotrans puede aprovechar al máximo las plataformas para el crecimiento y expansión.



Figura 54. Medio de comunicación para recibir información.

Fuente: propia

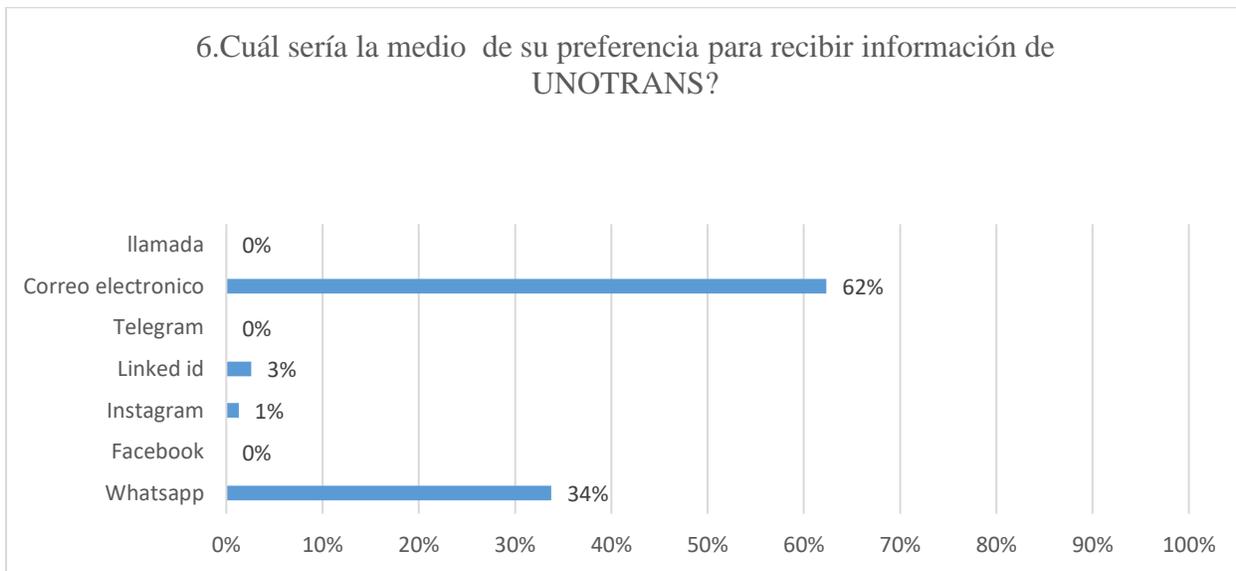


Figura 55. Preferencia de recibimiento de información.

Fuente: propia.

La mayoría del cliente con un 87%, al ser el correo electrónico un medio formal de comunicación les gustaría seguir recibiendo la información por escrita por este medio.

Dado que un porcentaje significativo de clientes también prefiere recibir información a través de redes sociales, es una buena idea mejorar la presencia de Unotrans en plataformas como Facebook, Twitter, LinkedIn o Instagram, sin embargo la preferencia de todas las redes sociales escogida por los clientes para medio de comunicación es via WhatsApp permite la comunicación en tiempo real, lo que significa que los mensajes se entregan y se leen de inmediato, esto es útil para conversaciones rápidas y eficientes, también está disponible en la mayoría de los países y es utilizado por una amplia audiencia, permite enviar fotos, videos, grabaciones de voz, ubicaciones y documentos, lo que hace que la comunicación sea más rica y completa.

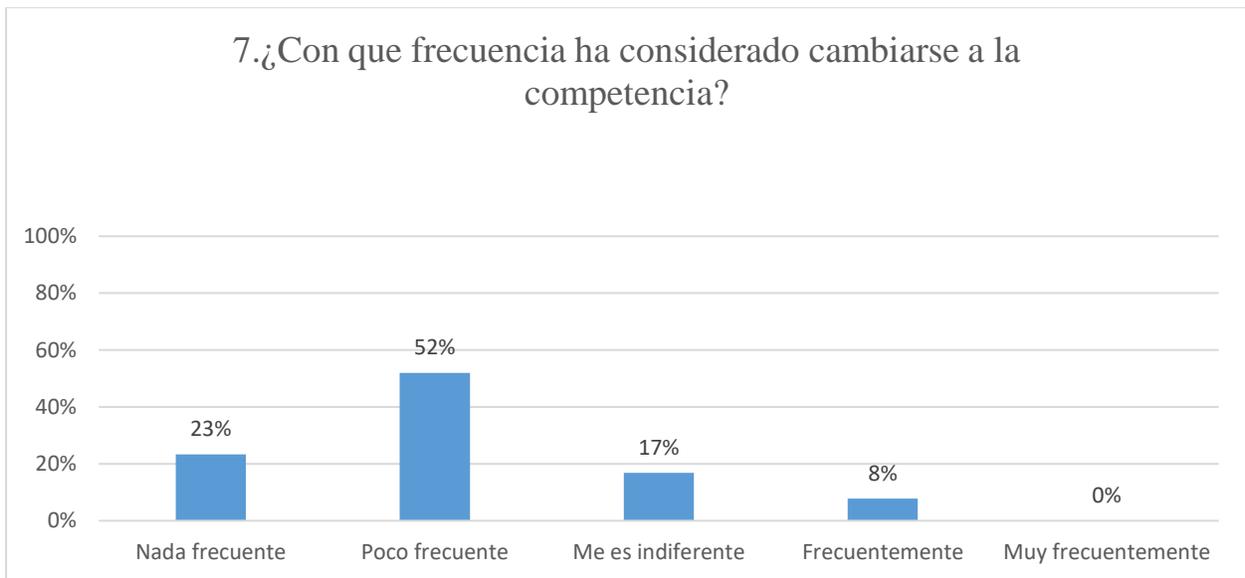


Figura 56. Frecuencia de considerar cambiarse a la competencia.

Fuente: Propia.

El 75% de los cliente no han considerado cambiarse lo cual es un porcentaje alto , el otro 17 % le indiferente por lo que se podría decir que no han pensado tampoco cambiarse , así mismo con un porcentaje bajo de si lo han pensado por lo que habría que analizar que causas más frecuente consideran los clientes al cambiarse a la competencia si es por precios alto , errores que cometió la empresa al brindar servicio , temas de crédito y esto se puede observar al analizar el entorno de la empresa.

Es positivo que la mayoría de los clientes estén satisfechos y no hayan considerado cambiarse, la empresa deber seguir atentos a las preocupaciones y necesidades de los clientes esto ayudará a fortalecer las relaciones comerciales.

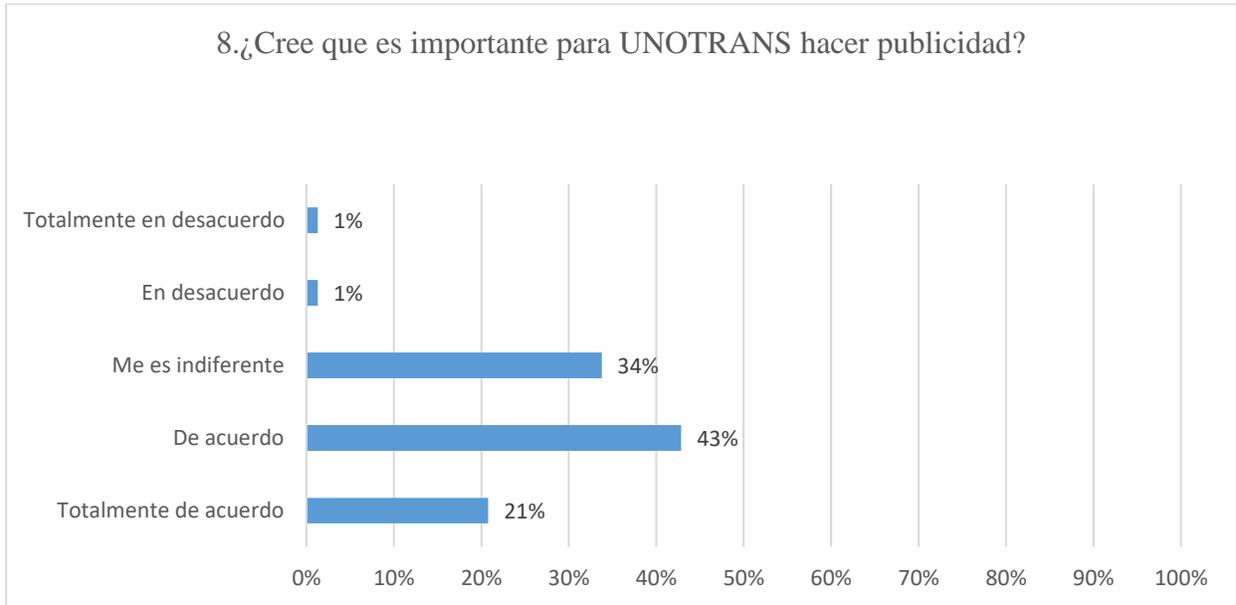


Figura 57. Importancia de publicidad en Unotrans.

Fuente: propia.

El 68% de los clientes creen que si es importante que Unotrans tenga publicidad ya es la mejor manera de llegar a cliente potenciales que la empresa desconocen que existen esto incentiva a su consumo y ofrece visibilidad en el entorno virtual, tomando en cuenta que no es un alto costo comparada a la publicidad tradicional. La publicidad es una herramienta fundamental para aumentar la visibilidad de la empresa, atraer nuevos clientes y mantenerse competitiva en el mercado.

El 34% de los clientes restantes no lo ve indispensable, pero al pensarlo de la posición de la empresa si lo es. Para aquellos clientes que no ven la publicidad como indispensable, pero reconocen su importancia desde la perspectiva de la empresa, es importante destacar que la publicidad puede ser una inversión estratégica para el crecimiento a largo plazo y la sostenibilidad del negocio.

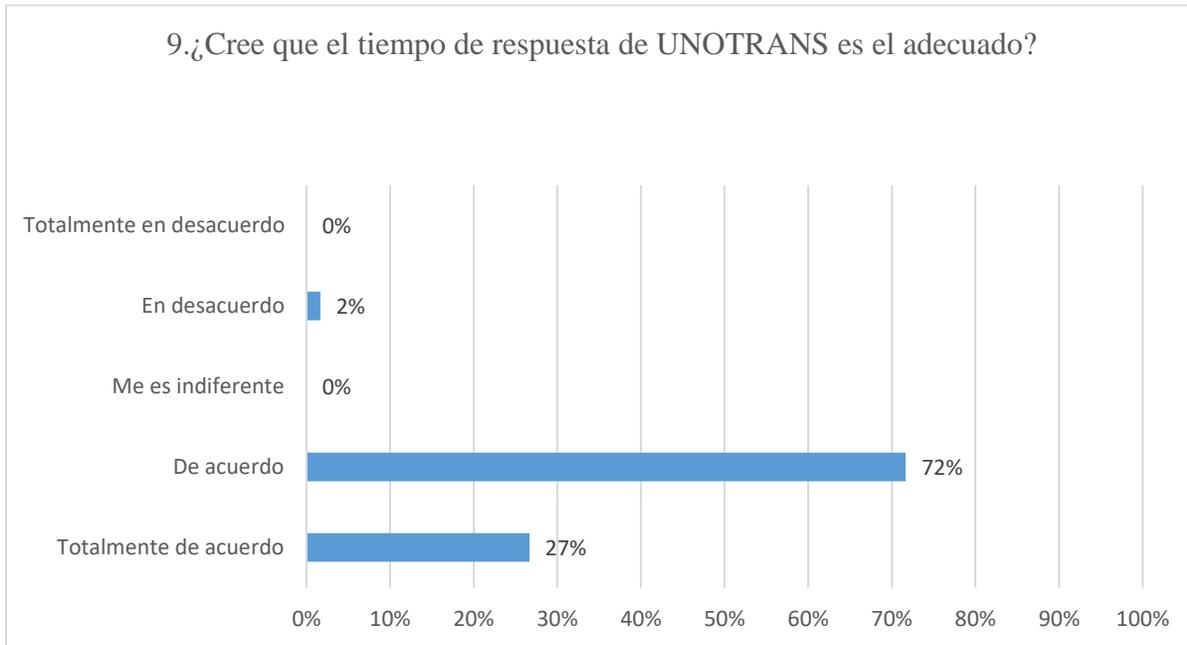


Figura 58. Tiempo de repuesta de parte de Unotrans.

Fuente: propia.

El 98% de los clientes si cree que el tiempo de repuesta si es el ideal para cuando ocurren incidencias, se contestan correos, llamadas y servicio en general. Refleja un alto nivel de satisfacción en cuanto a la eficiencia y la capacidad de respuesta de la empresa. Esto sugiere que Unotrans está haciendo un excelente trabajo al atender las necesidades y preocupaciones de sus clientes de manera oportuna.

Un tiempo de respuesta rápido en el rubro de la logística puede ser crucial para resolver problemas o incidencias de manera efectiva, lo que contribuye a la satisfacción del cliente y al mantenimiento de relaciones sólidas.

Este es un indicador positivo de la eficiencia y el compromiso de Unotrans con la satisfacción del cliente. Continuar priorizando la atención oportuna a las incidencias contribuirá al éxito continuo de la empresa.

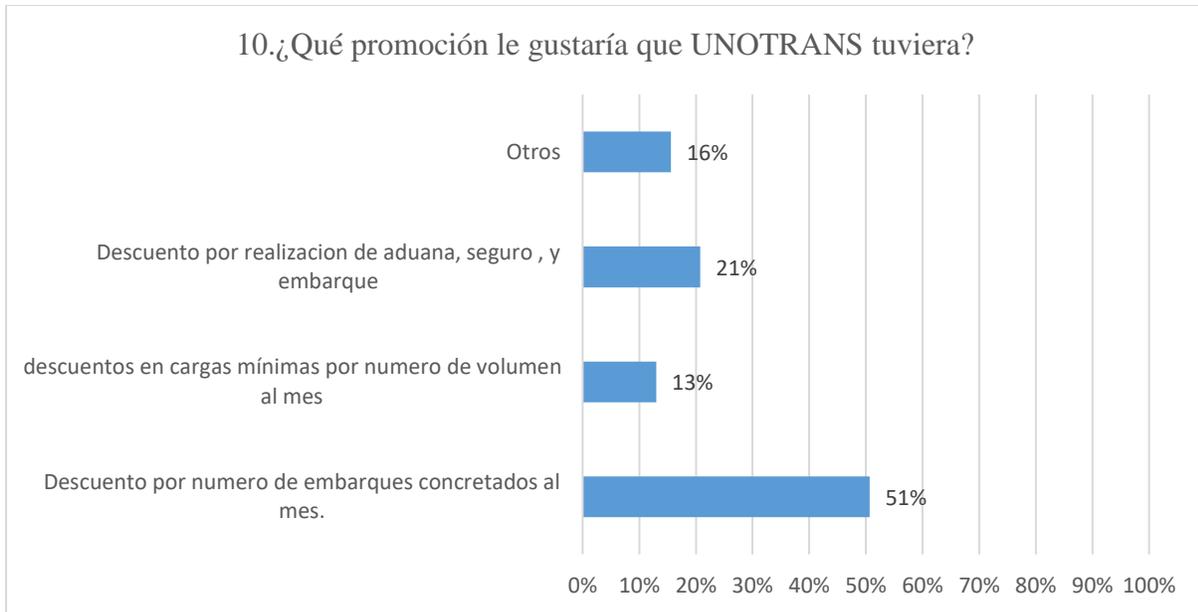


Figura 59. Promociones serian ideales en Unotrans.

Fuente: propia.

La promoción más votada por los clientes es descuentos por número de embarque concretados que esto con lleva que por x embarque que movilizan al mes se les da un descuento significativo, la segunda más votada es de darles descuento a los clientes que utilizan todos los servicios que ofrece Unotrans que sería flete, seguro, y aduana.

También a los clientes les gustaría que la empresa les diera otras promociones por la fidelización de ellos. Las promociones y los descuentos pueden ser herramientas efectivas para fomentar la fidelización de los clientes y el uso continuo de los servicios de Unotrans. Es importante equilibrar las promociones con la rentabilidad y la sostenibilidad del negocio, pero cuando se hacen de manera efectiva, pueden generar beneficios significativos tanto para la empresa como para los clientes.

4.4 ENTREVISTA A COLABORADORES DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN

Se entrevistaron a todos los colaboradores del departamento de administración acerca de las funciones que realizan cada uno en su puesto de trabajo, también consultamos sobre las causas que ellos creen que causan retrasos en sus funciones y todos mencionaron que los atrasos en la facturación de embarque es el motivo más fuerte en que se retrasan todas las funciones del área administrativa, así mismo el no dejar concluido el proceso de cada embarque ya que muchas veces faltan cierta documentación para el cierre del mismo y pago a los proveedores.

Las actividades de cada uno de los puestos de trabajo mencionan que, si están definidas, sin embargo, mencionan que ellos realizan actividades de otros puestos de trabajo ya que ven pago de comisiones, planilla y deducciones de los empleados lo que esto compete al área de recurso humano.

Así mismo todo lo llevan documentado cada embarque, pago de proveedores, contabilidad en general. Los colaboradores mencionaron que ayudaría colocar en tiempo las facturaciones para que el proceso sea fluido.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

1. La estandarización de procesos es fundamental en el departamento de administración para garantizar la eficiencia, consistencia, y calidad en la ejecución de tareas y actividades. Los colaboradores mencionaron que hay duplicidad en las actividades que realizan ciertos puestos de trabajo, también indicaron requerir capacitaciones en herramientas que utilizan en su puesto de trabajo, mejorar la comunicación interna, más apoyo de sus jefes directos para la mejora continua del departamento.

2. Se necesita urgentemente realizar una planificación estratégica ya que actualmente se vieron en los resultados los objetivos en general de la empresa no se realizan en conjunto con toda la gerencia de Unotrans, así mismo tampoco se realiza POA, y no se le da un correcto seguimiento de las KPIS, al implementar planificación estratégica, beneficiará a la empresa en generar mayor rentabilidad, mejorar el rendimiento laboral, dará dirección y enfoque a los equipos. La planificación estratégica es un proceso continuo que requiere adaptación constante a medida que la empresa evoluciona y cambian las condiciones del mercado.

3. Al realizar las encuestas se observaron que el posicionamiento de la empresa esta excelente condiciones, sin embargo, donde se encuentra oportunidad mejora es en la parte interna de la empresa es en la cultura organizacional por lo que deben brindar atención a esto este punto y generar planteamiento de propuestas a esta área.

5.2 RECOMENDACIONES

1. Identificar los problemas en los procesos para realizar la adecuada estandarización de estos y poder realizar fichas de procesos y mejorar los diagramas de flujo en el departamento de administración. Es importante contar con un plan de implementación sólido que incluya la capacitación de empleados, la asignación de recursos adecuados, la revisión y actualización regular de los procesos, y la comunicación constante con el personal. Además, es fundamental obtener el apoyo de la alta dirección y fomentar una cultura de mejora continua en la organización para superar estos desafíos y lograr una estandarización de procesos exitosa en el departamento de administración.

2. La empresa debe implementar y ejecutar una adecuada planificación estratégica tiene que tener un compromiso de la alta dirección, comunicación clara, asignación de responsabilidades, plan de acción detallado, revisión y seguimiento constante, cultura de mejora continua, capacitación y desarrollo, flexibilidad, comunicación bidireccional, incentivos y reconocimiento, evaluación y aprendizaje para mantener un enfoque disciplinado en la ejecución. La empresa estará en una mejor posición para generar mayor rentabilidad, mejorar el rendimiento laboral y dar dirección y enfoque a los equipos. Mantén un enfoque disciplinado y constante en la ejecución para lograr el éxito a lo largo del tiempo.

3. El posicionamiento de Unotrans es excelente por lo que el enfoque de la implementación debe estar más orientado a desarrollar propuestas de valor para la mejora de cultura organizacional para ayudar a que la empresa este internamente bien para poder actuar en los factores externos.

Estas tres recomendaciones ayudasen a la empresa a brindar un mejor servicio a sus clientes y orden interno a la corporación en general.

CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD

6.1 NOMBRE DE PROPUESTA

“Un rumbo claro “: Propuesta de plan de mejora continua en procesos administrativos e implementación táctica.

6.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

Con la implementación de un plan de mejora continua en el departamento de Administrativo que lleve la estandarización de procesos, ayudara a mitigar los cuellos de botella que actualmente acontecen los colaboradores, mejorara la eficiencia y la calidad de las operaciones de la empresa como consecuencia obteniendo la satisfacción de los clientes internos y externos, y así mismo ayudara en la salud mental de los colaboradores de esta área.

La implementación de que Unotrans siendo una consolidadora de carga comience a realizar una planificación estratégica ya que está claro que no la lleva es esencial para optimizar operaciones innecesarias, mejorará su rentabilidad y mantendrá competitivo en una industria dinámica y desafiante. Esto hará que se anticipen y aborden desafíos específicos que enfrentaran y hará que aprovechen oportunidades de crecimiento.

La propuestas para mejora de cultura organizacional ayudara a beneficiar el éxito de la empresa y a cumplir los objetivos de planificación estratégica ya que si sus empleados se sienten bien todo lo harán con esmero.

6.3 ALCANCE DE LA PROPUESTA

- 1.** Optimizar la eficiencia y la eficacia de las operaciones administrativas para mejorar la calidad de los servicios, reducir costos y fortalecer la contribución del departamento al logro de los objetivos estratégicos de la organización.
- 2.** Establecer una dirección clara y efectiva para la empresa, alineando sus recursos, operaciones y estrategias con el propósito de lograr un crecimiento sostenible, una mayor competitividad en el mercado y la satisfacción de clientes y socios comerciales.
- 3.** Mejorar la cultura organización mediante la realización de planteamientos propuestos para que la empresa las implemente.

6.4 DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO

6.4.1 MEJORA DE PROCESOS EN DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION

La propuesta, adentra en el análisis exhaustivo de las funciones desempeñadas actualmente por el equipo de administración de Unotrans. A través de este proceso, evalúa cada tarea y responsabilidad con el objetivo de determinar si se ajustan de manera efectiva a las necesidades de la empresa y de sus clientes. Al mismo tiempo, explora la posibilidad de incorporar nuevas funciones que puedan impulsar la eficiencia y competitividad, así como la eliminación de aquellas que se consideren redundantes o no contribuyan significativamente al logro de los objetivos.

**Organigrama del
departamento administrativo
Actual**

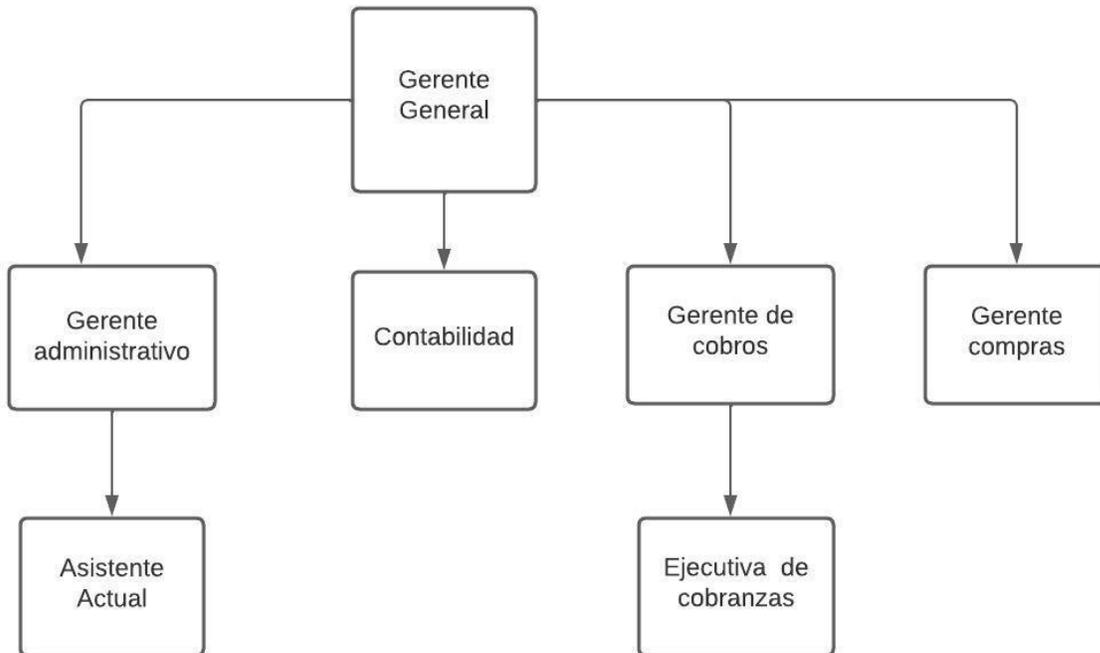


Figura 54. Organigrama actual en Unotrans..

Fuente: propia

DUPLICIDAD DE FUNCIONES

Para que la mejora de procesos se lleve de manera adecuada en departamento de administración en Unotrans debe verificar las funciones que actualmente realizan los colaboradores, en la entrevista realizadas los empleados de Unotrans mencionaron que estos hacían actividades que tal vez nos le compete netamente al perfil de puesto.

Tablas 6. Funciones actuales versus funciones ideales de Gerente administrativo

Puesto de trabajo	Funciones que se realizan actualmente	Funciones que requiere el puesto de trabajo
Gerente administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Conciliaciones bancarias • Pago de proveedores (estado de cuenta, demora) • Ingresos de caja chica • Pago de servicio públicos, internet, teléfono • Cálculo de comisiones de coordinadores y vendedores • Transacciones bancarias entre cuentas de dólares a lempiras 	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación Estratégica. • Supervisión de Personal. • Presupuesto y Finanzas: • Tecnología de la Información (IT) para el departamento • Cumplimiento Normativo y Legal. • Pago de planilla • Verificación de pagos proveedores y empleados de la empresa.

Duplicidad de funciones que lleva el Gerente administrativo: pago a proveedores, pago planilla, y transacciones bancarias.

Funciones propuesta para su perfil de trabajo son: Aportar a la realización de planificación estratégica de la empresa junto a los otros gerentes, realización de objetivos en general para el departamento de administración, realizar y verificar los presupuestos anuales para proyectos importantes de la empresa, verificar que a través de la implementación del software de nómina los pagos este realizados correctamente, verificación de los pagos realizados a proveedores este correctamente.

Requisitos para el perfil de puesto Gerente Administrativo

Experiencia: 5 años

Competencias:

- Liderazgo
- Toma de decisiones
- Resolución de problemas
- Planificación estratégica
- Gestión financiera
- Comunicación efectiva
- Cumplimiento normativo

Requisitos:

-Título universitario / estudiante en Administración de Empresas, Finanzas o campo relacionado (preferiblemente).

-Experiencia previa en roles de gestión administrativa o financiera.

-Conocimiento sólido de contabilidad y finanzas.

-Habilidades de liderazgo y gestión de equipos.

-Excelentes habilidades de comunicación y capacidad para colaborar con diferentes departamentos.

-Conocimiento de software de contabilidad y herramientas de gestión.

Tablas 7. Funciones actuales versus funciones ideales de Asistente administrativo

Puesto de trabajo	Funciones que se realizan actualmente	Funciones que requiere el puesto de trabajo
Asistente administrativo	<ul style="list-style-type: none">•Emisión de nota de crédito•Emisión de retenciones•Despacho de documentación•Control de facturación del departamento de tráfico•Pago de transportistas y guías	<ul style="list-style-type: none">•Gestión de la Agenda•Gestionar la correspondencia y los correos electrónicos, responder llamadas telefónicas y•Coordinar la comunicación interna y externa.•Organización de Documentos: Mantener documentos y archivos organizados, archivar•Registros y garantizar un acceso eficiente a la información.•Preparación de Documentos: Crear, editar y formatear documentos, informes,•Presentaciones y otros materiales, utilizando software de oficina como Microsoft Word,•Excel y PowerPoint.•Atención al Cliente: Brindar un servicio amable con todos los clientes.•Apoyo en los reportes de planilla y reporte a pagos de proveedores.

Duplicidad de funciones que lleva el asistente administrativo: pago a proveedores y transacciones bancarias.

Funciones propuesta para su perfil de trabajo son: Apoyo con la agenda de reuniones al gerente administración, ayuda al gerente con generación de reporte para pago de proveedores y planilla, organización de documentos de pagos a los proveedores, ayuda con el movimiento de redes sociales de la empresa.

Requisitos para el perfil de puesto Asistente Administrativo

Experiencia: 1 año

Competencias:

- Organización
- Comunicación
- Trabajo en equipo
- Adaptabilidad
- Habilidades de ofimática
- Resolución de problemas
- Orientación al cliente

Requisitos:

- Educación secundaria
- Experiencia previa en roles administrativos o de asistencia.
- Habilidades informáticas sólidas como lo es los paquetes de Microsoft Office, Outlook, internet

Tablas 8. Funciones actuales versus funciones ideales de Ejecutiva de cobros

Puesto de trabajo	Funciones que se realizan actualmente	Funciones que requiere el puesto de trabajo
Ejecutiva de cobros	<ul style="list-style-type: none"> • Envío de facturas en digital escaneadas y preparación de la factura original y documentos • Soporte como lo son documentos fiscales, carta porte, guías aéreas, HBL, constancia de seguro, constancia de pagos a cuentas al estar lista se pasa al asistente administrativo para que este coordine el envío a los clientes. • Registra los pagos de los clientes que ingresen en el día en lempiras, dólares, con diferentes Bancos como lo son Fichosa, Bac, Banco Atlántida. • Se reciben correos y se les da respuesta de todas las colaboradoras de tráfico para verificar los embarques de los cliente que son pagos de contado y si ya hicieron el pago respectivo del embarque y vendedores si tiene una solicitud en específico de algún cliente. • Está pendiente de si se solicita notas de crédito se le pasa al área correspondiente y se realiza el formato y se realiza el proceso del envío en físico al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de Deudas: Realizar un seguimiento de las cuentas morosas y gestionar los pagos atrasados. Esto puede incluir el contacto regular con los deudores por teléfono, correo electrónico o correo postal. • Negociación de Pagos: Trabajar con los deudores para establecer acuerdos de pago, plazos y condiciones que sean mutuamente aceptables y que permitan la recuperación de la deuda. • Análisis de Crédito: Evaluar la capacidad crediticia de los clientes y determinar límites de crédito adecuados para minimizar el riesgo de impagos. • Registro de Pagos: Registrar los pagos recibidos y mantener registros precisos de las transacciones financieras. • Comunicación con Clientes: Comunicarse con los clientes para recordarles los pagos pendientes, proporcionar detalles sobre saldos vencidos y responder a consultas relacionadas con la facturación. • Informes de Estado de Cuenta: Preparar y enviar estados de cuenta a los clientes con saldos pendientes. • Documentación Legal: En casos de incumplimiento o disputas, colaborar con el departamento legal para tomar medidas legales, como el envío de notificaciones legales o la presentación de demandas. • Seguimiento de Políticas de Cobro: Asegurarse de que se sigan las políticas y procedimientos internos de la empresa relacionados con la recuperación de deudas. • Negociación de Acuerdos de Pago: Si es necesario, negociar acuerdos de pago o planes de liquidación con los clientes para recuperar deudas pendientes. • Actualización de la Información: Mantener actualizados los registros y bases de datos de clientes morosos y deudores, incluyendo notas sobre las interacciones y los acuerdos alcanzados. • Capacitación en Políticas Financieras: Proporcionar orientación a los clientes sobre las políticas financieras de la empresa y resolver dudas o inquietudes. • Servicio al Cliente: Brindar un servicio al cliente profesional y de alta calidad, incluso en situaciones difíciles. • Evaluación de Riesgos: Evaluar el riesgo crediticio de los clientes y proponer estrategias para mitigar el riesgo de impago. • Cumplimiento Normativo: Asegurarse de que las prácticas de cobro cumplan con las leyes y regulaciones.

Actualmente en este puesto de trabajo no se encuentran duplicidad de funciones, sin embargo, el análisis de perfil de puesto es de mucha importancia para conocer las capacitaciones que requiere el colaborador.

Requisitos para el perfil de puesto Ejecutiva de Cobros

Competencias:

-Habilidades de negociación -Comunicación efectiva -Orientación al cliente -
Organización -Resolución de problemas
-Ética y profesionalismo

Requisitos:

-Educación secundaria
-Experiencia previa en cobros o servicio al cliente.
-Habilidades de negociación y comunicación efectiva.
-Conocimiento de softwares Magaya y Microsoft office
-Paciencia y habilidades para manejar situaciones difíciles y clientes insatisfechos.

Tablas 9. Funciones actuales versus funciones ideales de Gerente de cobros

Puesto de trabajo	Funciones que se realizan actualmente	Funciones que requiere el puesto de trabajo
Gerente de cobros	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a cuentas por cobrar cuando hay montos arriba de los \$50000 con clientes de crédito se encarga de realizar el cobro. • El pago de los agentes de carga tiene que revisar el estado de cuenta y luego los ingresa en el Magaya. • Prepara parte de la planilla con deducciones que se realizan al personal de forma operativa como lo es el AFP, seguro social, ahorra en cooperativa o banco, parqueo, ópticas, RAP después se las envía a contabilidad y gerente administrativo para que ellos la verifiquen. • Se encarga del ingreso al seguro social y RAP del nuevo personal. • Se encarga de la compra de dólares en subasta para poder tener siempre dólares y realizar pagos a los agentes de carga. 	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión de Equipos: Dirigir y gestionar a un equipo de profesionales de cobros, incluyendo oficiales de cobros. • Estrategia de Cobros: Desarrollar y ejecutar estrategias de cobros efectivas, que incluyan políticas de crédito, cronogramas de seguimiento y métodos de contacto con deudores. • Análisis de Deudas: Evaluar el estado de las cuentas por cobrar, identificar cuentas morosas y determinar el nivel de riesgo asociado con cada deuda. • Negociación de Pagos: Negociar acuerdos de pago y planes de liquidación con deudores, teniendo en cuenta la situación financiera del deudor y la capacidad de pago. • Contacto con Deudores: Mantener un contacto regular con deudores, ya sea por teléfono, correo electrónico o correo postal, para recordarles los pagos pendientes y resolver problemas de facturación. • Gestión de Documentación: Supervisar la documentación relacionada con los acuerdos de pago, como contratos, acuerdos de liquidación y registros de comunicación. • Gestión de Políticas: Asegurarse de que se sigan las políticas y procedimientos internos de la empresa relacionados con el cobro de deudas. • Análisis de Riesgos: Evaluar el riesgo crediticio y tomar decisiones sobre si se debe permitir o negar crédito a clientes en función de su historial crediticio y capacidad de pago. • Informe a la Alta Dirección: Proporcionar informes regulares a la alta dirección sobre el estado de las cuentas por cobrar, el rendimiento del equipo de cobros y las tendencias en los pagos. • Formación y Desarrollo: Capacitar y desarrollar a los miembros del equipo de cobros, proporcionando orientación y recursos para mejorar sus habilidades. • Cumplimiento Normativo: Asegurarse de que las prácticas de cobro cumplan con las leyes y regulaciones aplicables, incluyendo las leyes de protección al consumidor. • Gestión de Riesgos de Crédito: Evaluar la salud financiera de la cartera de clientes y tomar medidas para reducir el riesgo de incumplimiento • Evaluación de Pérdidas Incobrables: Evaluar cuentas que pueden ser consideradas pérdidas incobrables. • Mejora Continua: Identificar oportunidades para mejorar las prácticas y procesos de cobro, y proponer soluciones efectivas.

Duplicidad de funciones que lleva el Gerente de cobros: pago a proveedores, pago planilla, y transacciones bancarias.

Funciones propuesta para su perfil de trabajo son: supervisión de equipo de cobros , recuperación de cuentas por cobrar , mejora continua en el departamento de cobros, resolución de problemas con clientes conflictivos, informe a alta dirección para seguimiento de recuperación de cuentas por cobrar ,análisis de riesgos con clientes que son mala paga, cumplimiento de política de cobros, constante recordatorio vía llamada , WhatsApp , correo electrónico a cliente que pasen el tiempo de crédito brindado por la empresa.

Requisitos para el perfil de puesto Gerente de Cobros

Experiencia: 3 años

Competencias:

- Liderazgo -Habilidades de negociación -Comunicación efectiva -Resolución de problemas -Orientación al cliente

-Organización -Ética y profesionalismo

Requisitos:

Título universitario de preferencia en Finanzas, Administración o experiencia en el puesto de trabajo.

-Experiencia previa en funciones de cobros y gestión de equipos.

-Conocimiento de técnicas de negociación y cobros.

- Habilidades analíticas y capacidad para tomar decisiones basadas en datos.

-Conocimiento de software de Magaya y Microsoft office.

-Habilidades de comunicación efectiva y liderazgo.

Contador General

Actualmente la contadora de la empresa si ejerce todas las funciones según su puesto de trabajo.

Tablas 10. Funciones actuales versus funciones ideales de jefe de compras

Puesto de trabajo	Funciones que se realizan actualmente	Funciones que requiere el puesto de trabajo
<p>Jefe de compras</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza todas las funciones de compras de toda la empresa como lo son utensilios, órdenes de compra de combustibles, reservaciones de hotel cuando los empleados viajan en funciones de la empresa. • Coordinación de asignación de vehículos de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación Estratégica de Compras: Desarrollar y ejecutar estrategias de adquisición alineadas con los objetivos y necesidades de la empresa. Esto incluye definir políticas de compras, establecer metas de ahorro y asegurarse de que la empresa obtenga el mejor valor por su dinero. • Presupuesto y Control de Costos: Gestionar el presupuesto de compras, monitorear los gastos y buscar oportunidades para reducir costos sin sacrificar la calidad de los productos o servicios adquiridos. • Selección de Proveedores: Identificar y evaluar proveedores potenciales, analizando factores como la calidad, el precio, la confiabilidad, la capacidad de entrega y la ética empresarial. • Negociación de Contratos: Negociar contratos y acuerdos con proveedores, asegurándose de obtener las mejores condiciones comerciales posibles, como precios competitivos, términos de pago favorables y garantías adecuadas. • Gestión de Inventarios: Supervisar y optimizar el nivel de inventario de la empresa para garantizar tener stock disponible. • Evaluación de Riesgos: Evaluar y gestionar los riesgos relacionados con la cadena de suministro, como interrupciones en la entrega, fluctuaciones de precios y cambios en la demanda. • Cumplimiento Normativo: Garantizar que todas las adquisiciones cumplan con las regulaciones y normativas aplicables, incluyendo consideraciones éticas y medioambientales. • Gestión de Proyectos de Compras: Coordinar y liderar proyectos de compras estratégicas que involucran adquisiciones importantes o cambios significativos en la cadena de suministro. • Evaluación de Desempeño de Proveedores: Evaluar el desempeño de los proveedores en función de métricas de calidad, cumplimiento de plazos y otros criterios relevantes. Identificar áreas de mejora y colaborar con los proveedores para implementar mejoras.

Actualmente en este puesto de trabajo no se encuentran duplicidad de funciones, sin embargo, el análisis de perfil de puesto es de mucha importancia para conocer las capacitaciones que requiere el colaborador.

Experiencia: 1 año

Competencias:

- Liderazgo -Habilidades de negociación -Comunicación efectiva -Resolución de problemas -Orientación al cliente

-Organización -Ética y profesionalismo

Requisitos:

-Título en Administración de Empresas o Compras.

-Experiencia previa en roles de compras, con al menos algunos años en una posición de liderazgo.

-Habilidades sólidas de negociación y capacidad para tomar decisiones estratégicas de compra.

-Conocimiento de software Magaya y Microsoft office.

-Habilidades analíticas y atención a los detalles.

-Excelentes habilidades de comunicación y capacidad para establecer relaciones efectivas con proveedores.

-Capacidad para trabajar en un entorno de ritmo rápido

Tablas 11. Funciones actuales versus funciones ideales de Mensajeros

Puesto de trabajo	Funciones que se realizan actualmente	Funciones que requiere el puesto de trabajo
Mensajeros	<ul style="list-style-type: none"> •Funciones que realizan actualmente: •Entrega segura de documentos •Verificación de entrega •Planificación de rutas •Verificación de la llegada de las cargas de los consolidados en almacén Hondumares 	<ul style="list-style-type: none"> •Entrega de Documentos y Correspondencia: Recoger y entregar documentos, cartas, paquetes y correspondencia tanto dentro de la empresa como fuera de ella. •Recolección de Suministros: Recoger suministros de oficina, materiales de archivo, equipos u otros artículos necesarios de proveedores o almacenes y entregarlos en la ubicación correspondiente. •Entrega de Mensajes Urgentes: Entregar mensajes urgentes o instrucciones a empleados dentro de la empresa o a clientes y socios comerciales externos. •Depósito de Pagos o Documentos en Bancos: Llevar cheques, depósitos bancarios o documentos financieros importantes a instituciones bancarias o financieras según las instrucciones de la empresa. •Envío de Documentos Físicos: Utilizar servicios de mensajería para enviar documentos importantes a nivel local, nacional o internacional cuando sea necesario. •Mantenimiento de Registros: Mantener registros precisos de las entregas realizadas, incluyendo fechas, horas, firmas y detalles de los artículos entregados.

Experiencia: 1 año

Competencias:

-Conducir de manera segura -Orientación al cliente -Organización -Puntualidad - Responsabilidad

Requisitos: -Educación secundaria - Experiencia previa - Conocimiento de las leyes de tránsito

-Licencia de conducir válida para motocicleta. - Habilidad para usar dispositivos de navegación y GPS.

-Motocicleta

En la actualidad el departamento de calidad solo tenía plasmado los flujos de diagramas actuales del departamento de administración, por lo que se plantea en los procesos para brindar mejor la ficha técnica de cómo debería estar el proceso y con la asignación correcta de los mismos.

Actualmente en el departamento de administración se manejan los procesos de:

1. **-Pago de planilla:** proceso de cálculo y pago a la planilla de colaboradores
2. **Gestión de Pagos:** procesos relacionados con el pago a proveedores tanto para la compra de insumos como para la prestación de nuestros servicios.
3. **Gestión de cobros:** proceso de recuperación de recuperación por los servicios prestados.
4. **Procesos contables:** todos aquellos procesos relacionados con pagos de impuestos, declaraciones fiscales e informes financieros

Los procesos para analizar y donde se encontraron oportunidad de mejora en el departamento de Administración son:

- Pago de planilla
- Gestión de pago a proveedores (agentes de cargas, navieras, transportistas, aerolíneas)
- Gestión de cobros
- Proceso de compras

6.4.2 FICHAS TÉCNICAS Y DIAGRAMAS DE FLUJO

PROCESO DE PLANILLA

Mejoras en este proceso: Actualmente la distribución del pago de planillas las realiza 3 personas el gerente administrativo, el gerente de cobros y la contadora de la empresa. Así mismo el proceso se realizan en su mayoría en Excel, pudiendo sacar el provecho del software para el cálculo automático de nómina.

El software propuesto para el cálculo de nómina automático es Visual K cuenta con parámetros propios contables y distribuciones de centros de costo, lo que permite convertir la información de nómina en datos contables.



Figura 62. Logo de software de Nomina HTIS

Fuente: HTIS

- Proporciona información completa y confiable de nómina
- Ofrece adaptabilidad a cualquier tipo de pago: semanal, catorcenal, quincenal, mensual con anticipo, mensual, anual, treceavo (aguinaldo), catorceavo (bono 14), bonos por productividad, nóminas confidenciales, jornadas reducidas, comisiones, reparto de utilidades, etc.
- Seguridad a varios niveles
- Reportes de nómina
- Permite el pago multi país, multi moneda y multi tipo de pago
- Ofrece localización en USA, México, Centroamérica, Caribe y Sudamérica



Figura 61. Empresa que trabajan con software de nómina HTIS

Fuente: HTIS

Diagrama de Ishikawa para pago de planilla

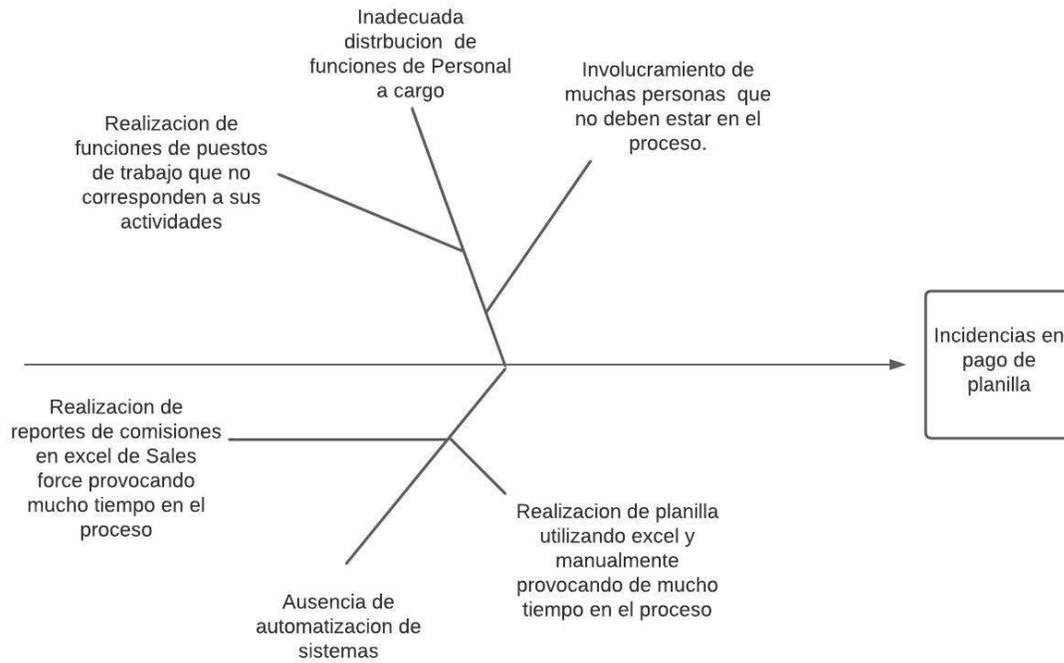


Figura 62. Diagrama de Ishikawa de pago de planilla.

Fuente: propia

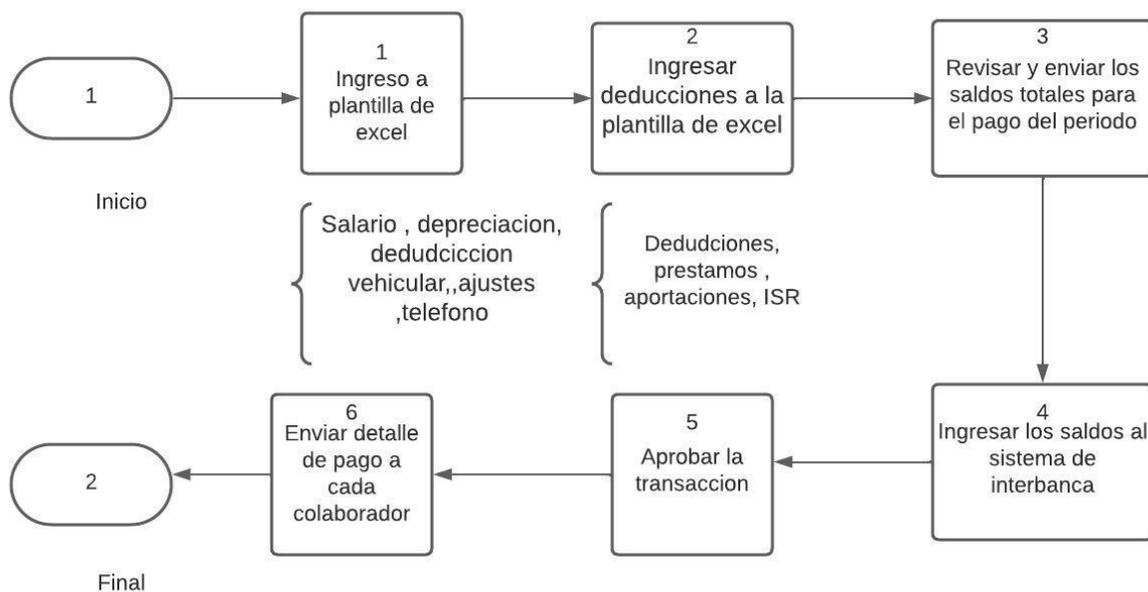


Figura 63. Diagrama de flujo actual de pago de planilla primera quincena, Depto. calidad de la Unotrans.

Ficha de procesos		
Pago de planilla mediados de mes (14 o 15) mejorado	EDICION 1	FECHA DE REVISION: agosto 2023
OBJETIVO DEL PROCESO		
El proceso de nómina incluye varias actividades necesarias para dar cabida a los desembolsos oportunos a los empleados.		
ACTIVIDADES DEL PROCESO	RESPONSABLES	DESCRIPCION
1) Descarga de pago de planilla a empleados y de deducciones	Gerente administrativo	Descarga el pago de planilla automático (los ajustes, reembolsos, salarios, depreciación vehicular, ajuste de teléfonos) y deducciones (deducciones de teléfono, parqueo, cooperativas, AFP, cooperativa, RAP, IHSS) que

		lo genera el software para cálculo de nómina.
2) Revisar y enviar y saldos totales para el pago del periodo	Gerente administrativo	Debe validar que los números de las deducciones e ingresos cuadren por cada y empleado envían los valores de planilla
3) Ingresar los saldos en el sistema de inter-banca	Contador	Se ingresan las transferencias al sistema bancario Iniciando sesión en la cuenta bancaria en línea utilizando tus credenciales de usuario y contraseña. Una vez iniciado sesión, se busca la opción de transferencias o pagos. Esta opción generalmente se encuentra en el menú principal o en una sección dedicada a transacciones financieras., buscan la opción de transferencias o pagos y se selecciona el pago de planilla. Revisar y confirmar antes de confirmar la transferencia, verifica cuidadosamente todos los detalles que has ingresado para asegurarte de que sean precisos
4) Aprobar la transacción	Gerente General	Se aprueba la transferencia para el desembolso, el banco solicitará una clave de seguridad adicional, como un código de autenticación, que recibirás en tu dispositivo móvil o generador de códigos. Esto es parte de las medidas de seguridad para confirmar que la persona es el titular de la cuenta. Una vez que revisado y confirmado todos los detalles, procede a confirmar la transferencia. El banco procesará la solicitud y te proporcionará un comprobante o número de referencia.

5) Enviar detalles de pago a cada colaborador	Asistente administrativo	Se elaboran en un formato y envían los detalles de pago a cada empleado con deducciones e ingresos.
ENTRADAS DEL PROCESO	SALIDAS DEL PROCESO	
<ul style="list-style-type: none"> -Ingreso de horas trabajadas por empleado - Información actualizada de los empleados, incluyendo nombres, números de identificación, estado civil, número de cuentas bancarias y deducciones autorizadas - Salarios y las tarifas de pago deben estar establecidos y actualizados en el sistema de nómina - Deducciones obligatorias como impuestos sobre la renta, seguridad social y pensiones. Además, pueden existir otras deducciones voluntarias, como planes de ahorro. -Incapacidades y ausencias. -Registros los comprobantes detallados de todas las transacciones relacionadas con la nómina, incluyendo los comprobantes de pago, los informes de impuestos y cualquier documentación relacionada con las deducciones y beneficios. -Reportes y reconciliación. - Declaraciones de impuestos y otros informes requeridos por las autoridades fiscales y reguladoras 	<ul style="list-style-type: none"> -Comprobantes de pagos. -Listas de pagos se utilizan para verificar y auditar los pagos realizados. -Listas de pagos se utilizan para verificar y auditar los pagos realizados. -Reporte de impuestos. -Informes de deducciones. -Registros de los documentos de transferencias. -Registros de reporte de cheques. -Reportes de reconciliación. -Archivos electrónicos. -Registros de reportes de Auditoria. -Documentación de cumplimiento legal. 	
PROCESOS RELACIONADOS		
<ul style="list-style-type: none"> -Pago de beneficios -Cálculo de ISR 		
RECURSOS PARA UTILIZAR		
<ul style="list-style-type: none"> -Excel para realización de reportes de comisiones a colaboradores. -Cuenta de bancos para realizar el pago de planilla 		
REGISTRO DE LOS DOCUMENTOS		

Ingreso en el sistema bancario
Ingreso en Excel de planilla ya con deducciones.

INDICADORES

- Número de incidencias de inconformidades de deducciones por parte de los colaboradores
- Número de incidencias de pagos a destiempo

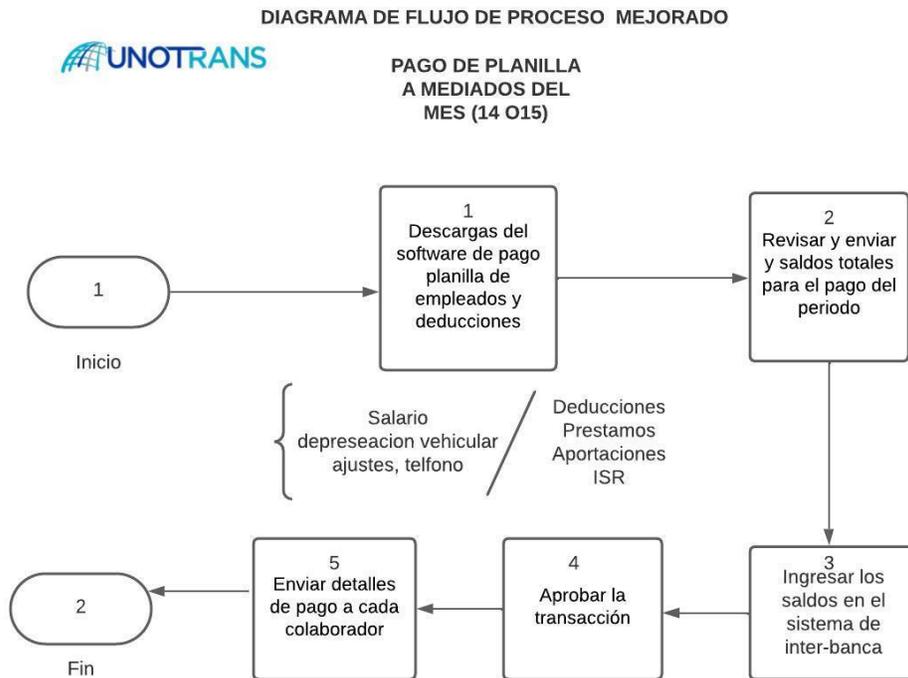


Figura 64. Diagrama de flujo mejorado de pago de planilla primera quincena, propia.

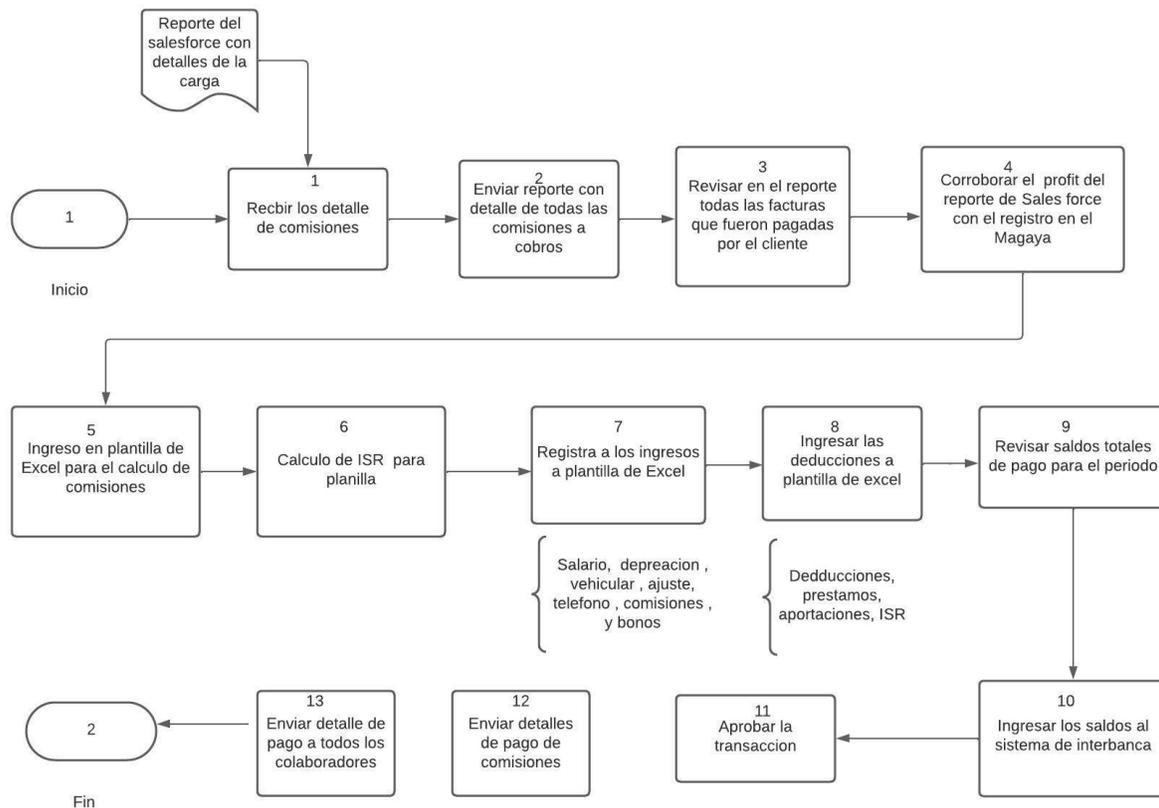


Figura65. Diagrama de flujo de proceso de pago de planilla segunda quincena de cada mes realizado por el Depto de calidad de Unotrans.

Ficha de procesos		
Pago de planilla mediados de mes (28 o 29) mejorado	EDICION 1	FECHA DE REVISION: agosto 2023
OBJETIVO DEL PROCESO		
El proceso de nómina incluye varias actividades necesarias para dar cabida a los desembolsos oportunos a los empleados y pago de comisiones a los colaboradores de coordinación y ventas		
ACTIVIDADES DEL PROCESO	RESPONSABLES	DESCRIPCION

1)Revisar facturas pagadas por los clientes en el mes	Ejecutiva de cobros	Revisa el reporte de facturación para reflejar los clientes que ya han cancelado sus facturas
2)Corroborar profit reflejado en Magaya sacarlo en un reporte.	Asistente Administrativo	Corroborar profit en el software Magaya de las factura reportadas por cobros que han sido pagadas y sacarlas en un reporte.
3)Comparar profit de Magaya con el reporte de comisiones obtenido del Sale force	Gerente administrativo	Realizar comparativa del profit de Magaya con el sistema Salesforce y marcar los embarques que se tenga discrepancias.
4)cálculo de comisiones en el software de planilla	Gerente Administrativo	El software de cálculo de planilla debe sacar las comisiones en base a estos cálculos: LCL Flete de Venta x 1.25% FCL Profit del embarque x 4% FTL Profit del embarque x 4% LTL Profit del embarque x 4% AEREO Profit del embarque x 4% Seguro L. 200.00 Aduana L. 1.00 a L. 1,500.00→ L. 100.00 L. 1,501.00 a L. 2,500.00→ L. 175.00 L. 2,501.00 en delante → L. 250.00
5)Cálculo de ISR	Contador	Se hace el cálculo de ISR a retener de cada colaborador siguiendo los siguientes pasos: -Definir el sueldo base y total de cada trabajador. -Se determina el parámetro del ingreso según corresponda. Al total se le resta el límite inferior. El resultado se multiplica por el porcentaje del intervalo. Después, se suma el importe de la cuota fija.
6)Descargar del software del cálculo de planilla de empleados y deducciones	Gerente Administrativo	Descargar el reporte obtenido del software automático del

		pago de planilla y deducciones con los ajustes, reembolsos, salarios, depreciación vehicular, ajuste de teléfonos parqueo, cooperativas, AFP, cooperativa, RAP, IHSS.
7)Revisión de saldos totales	Gerente administrativo	Se validan que los números de las deducciones e ingresos cuadren por cada y empleado envían los valores de planilla
8)Rectificación de lo que no se está conforme	Gerente administrativo	Se realiza la rectificación de lo que no se está conforme con los saldos totales.
9)Ingreso de pago a interbanca	Contador	Se ingresan las transferencias al sistema bancario Iniciando sesión en la cuenta bancaria en línea utilizando tus credenciales de usuario y contraseña. Una vez iniciado sesión, se busca la opción de transferencias o pagos. Esta opción generalmente se encuentra en el menú principal o en una sección dedicada a transacciones financieras., buscan la opción de transferencias o pagos y se selecciona el pago de planilla. Revisar y confirmar antes de confirmar la transferencia, verifica cuidadosamente todos los detalles que has ingresado para asegurarte de que sean precisos
10)Aprobación de transacción	Gerente General	Se aprueba la transferencia para el desembolso, el banco solicitará una clave de seguridad adicional, como un código de autenticación, que recibirás en tu dispositivo móvil o generador de códigos. Esto es parte de las medidas de seguridad para confirmar que la persona es el titular de la cuenta.

		Una vez que revisado y confirmado todos los detalles, procede a confirmar la transferencia. El banco procesará la solicitud y te proporcionará un comprobante o número de referencia.
11)Envío de detalle de pago general	Asistente Administrativo	Se elaboran en un formato y envían los detalles de pago a cada empleado con deducciones e ingresos y comisiones así mismo a los departamentos de venta y coordinación se les reporta los embarque que se han tenido discrepancia en la corroboración de profit de Magaya y Salesforce.
ENTRADAS DEL PROCESO	SALIDAS DEL PROCESO	
<ul style="list-style-type: none"> -Registro de Reporte de horas trabajadas por empleado - Información actualizada de los empleados, incluyendo nombres, números de identificación, estado civil, número de cuentas bancarias y deducciones autorizadas - Salarios y las tarifas de pago deben estar establecidos y actualizados en el sistema de nómina - Deducciones obligatorias como impuestos sobre la renta, seguridad social y pensiones. Además, pueden existir otras deducciones voluntarias, como planes de ahorro. -Incapacidades y ausencias. -Registros detallados de todas los reportes de transacciones relacionadas con la nómina, incluyendo los comprobantes de pago, los informes de impuestos y cualquier documentación relacionada con las deducciones y beneficios. -Reportes y reconciliación. - Declaraciones de impuestos y otros informes requeridos por las autoridades fiscales y reguladoras 	<ul style="list-style-type: none"> -Comprobantes de pagos. -Listas de pagos se utilizan para verificar y auditar los pagos realizados. -Listas de pagos se utilizan para verificar y auditar los pagos realizados. -Reporte de impuestos. -Informes de deducciones. -Registros Reporte de comprobante transferencias. -Registros de reporte cheques. -Reportes de reconciliación. -Archivos electrónicos. -Registros de reporte de Auditoria. -Documentación de cumplimiento legal. 	
PROCESOS RELACIONADOS		

- Gestión de Cobros
- Cálculo de ISR
- Pago de Beneficios

RECURSOS PARA UTILIZAR

- Crm de sales forcé
- Excel
- Sistema de Magaya
- Sistema interbancario

REGISTRO DE LOS DOCUMENTOS

- Reporte de comisiones por de Sales forcé.
- Ingreso en sistema bancario.
- Excel para realización de reportes de comisiones a colaboradores.

INDICADORES

- Incidencias en pagos tardíos
- Incidencias en envió tardío de pago de comisiones
 - Incidencia en deducciones
 - Incidencia en discrepancia en pago de comisiones

Pagos a fin de mes (28 o 29)

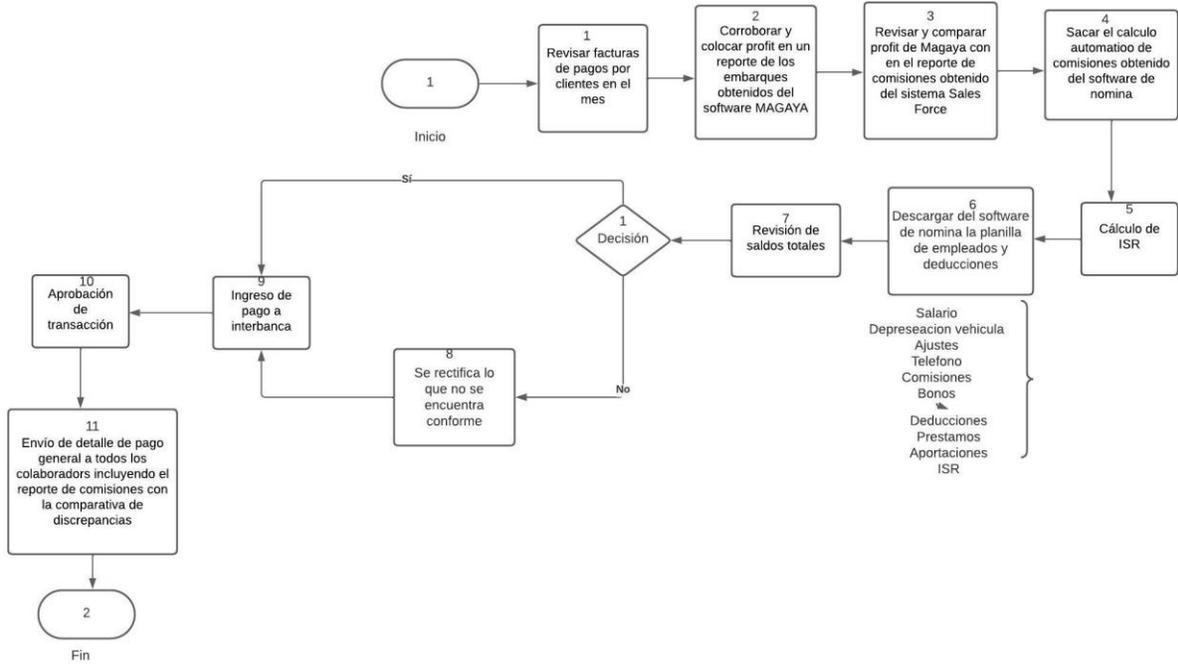


Figura 66. Diagrama de flujo de pago de planilla segunda quincena

Proceso de compras

Mejoras en el proceso: Actualmente no se utiliza un formato formal interno para la obtención de bienes por departamento por lo que se sugiere la implementación brindado en este documento para llevar documentado, así mismo se fijó como responsable al jefe de compras en el proceso de pagos

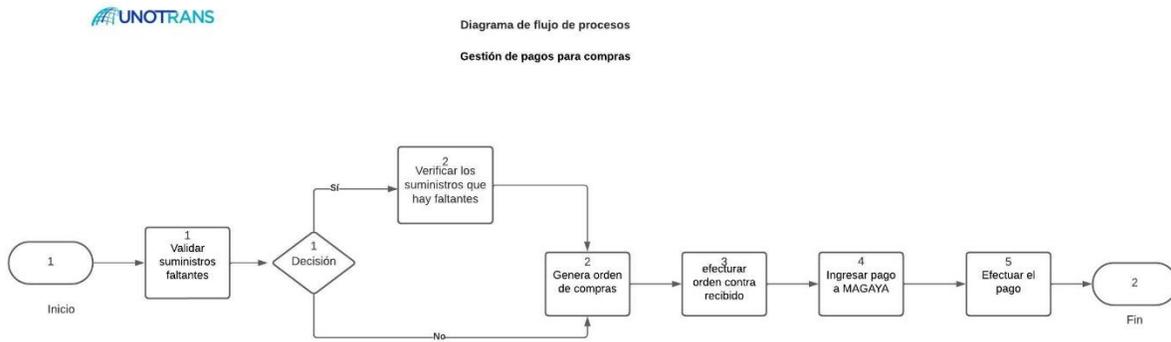


Figura67. Diagrama de flujo actual

Fuente: obtenido por el departamento de calidad de Unotrans

Tabla.12 Implementación de orden compra interna para obtención de productos de los diferentes departamentos de Unotrans.

ORDEN DE COMPRA (PO)		
	FECHA	
-	15/9/2023	
Departamento		
Encargado del departamento:		
Pedido especial	Producto Descripción	Cantidad

Ficha de procesos		
Gestión de pagos para compras mejorado	EDICION 1	FECHA DE REVISION: agosto 2023
OBJETIVO DEL PROCESO		
La gestión de compra de suministros consiste en proveer todos los suministros necesarios para el buen funcionamiento de todos los departamentos		
ACTIVIDADES DEL PROCESO	RESPONSABLES	DESCRIPCION
1)Obtención de orden de compra de cada Depto. De la empresa	Jefes de cada departamento de la empresa.	Utilizar el formato propuesto para la obtención de bienes de cada departamento y enviarlos al jefe de compras.
2)Validar suministros faltantes	Jefe de compras	Verifica en el almacén todos los suministros
3) verificacion que suministros comprar	Jefe de compras	se requieren clasificar por cada encargado de área y que no hay en bodega o están por terminarse
4)Genera orden de compras	Jefe de compras	Se elabora la orden de compras y se envía a proveedores
5)Validar orden contra recibido	Jefe de compras	Se corrobora que lo recibido concuerde con el pedido
6) Efectuar el pago	Jefe de compras	Se realiza el pago vía Inter banca o tarjeta de crédito en los lugares que se obtendrán los insumos.
7)Ingresar pago a MAGAYA	Jefe de compras	Ingresar pago a Sistema MAGAYA
ENTRADAS DEL PROCESO	SALIDAS DEL PROCESO	
-Facturas y cotizaciones de proveedores -Órdenes de compra. -Recepción y verificación de bienes y servicios. -Solicitudes de pago. -Aprobaciones de pago. -Registros reporte contables -Documentación de respaldo. -Revisión conciliación bancaria. -Registro reporte de retenciones y deducciones. -Informe de análisis de gastos	-Comprobante de pago. -Registro reportes contables. -Registro reportes de conciliación. -Informe de análisis de gastos. -Comunicaciones con proveedores. -Documentación de respaldo. -Registro de reporte de aprobaciones internas.	

PROCESOS RELACIONADOS
-Declaración de ISV/DMC
RECURSOS PARA UTILIZAR
-Orden de compra -Sistema Magaya
REGISTRO DE LOS DOCUMENTOS
-Orden de compra utilizadas por el jefe de compras
INDICADORES
-Ausencia de implementos para cada área -Ausencia de implementos para cada colaborador requeridos para el mejor funcionamiento de desempeño en el trabajo.



Figura 68. Diagrama de flujo de procesos para pago de compras mejorado, propia

Proceso para pagos a Proveedores

Mejoras en el proceso:

Hay muchos colaboradores ejerciendo la misma labor de pago de proveedores incluyendo al jefe de cobranzas en donde este puede estar ejerciendo otras funciones de su puesto de trabajo. Como recomendación esta función la deben realizar el gerente y asistente administrativo ya que es un proceso muy delicado de verificar documentos y estado de cuentas utilizando el primer filtro del asistente administrativo y como ultima verificación el Gerente administrativo.

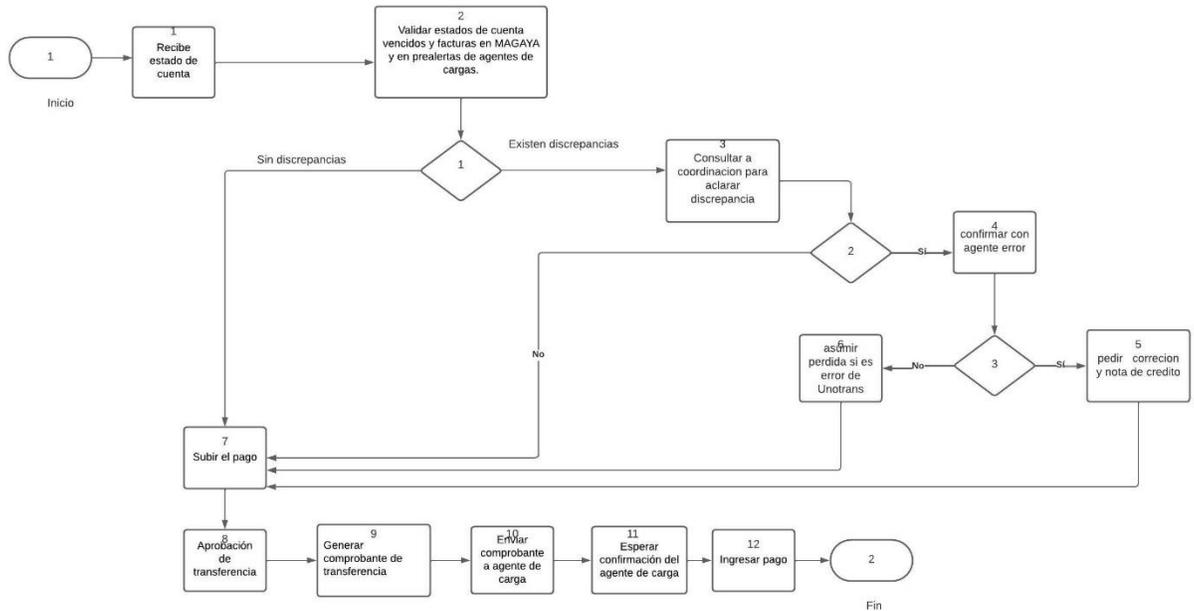


Figura69. Diagrama de flujo de proceso de pago actual a proveedores: agentes de carga, naviera, aerolíneas, transportistas

Fuente: propia

Ficha de procesos		
Proceso para pagos a proveedores mejorado	EDICION 1	FECHA DE REVISION: agosto 2023
OBJETIVO DEL PROCESO		
El proceso de pagos a proveedores se refiere a todos aquellos pagos que realizan a los proveedores de Unotrans y aliados estratégicos a nivel nacional e internacional.		
ACTIVIDADES DEL PROCESO	RESPONSABLES	DESCRIPCION
1) Recibe estado de cuenta	Gerente administrativo	Se recibe el estado de cuenta por parte de los proveedores clasificándolo por agentes de carga, aerolíneas, navieras y transportistas.

2) Validar estados de cuenta vencidos	Gerente administrativo	Se toman los estados de cuenta vencidos para efectuar el pago
3) Solicitar modificación, facturas a proveedores y nota de crédito	Asistente administrativo	Se le solicita al proveedor la modificación y factura comerciales de nota de débito y se solicita una nota de crédito.
4) Subir el pago	Gerente Administrativo	Se ingresa el pago al sistema de Inter banca y se solicita la aprobación.
5) Aprobación de transferencia	Gerente administrativo	Se aprueba la transacción en el sistema de Inter banca.
6) Generar comprobante de transferencia	Contador	Se genera el comprobante a través del sistema de Inter banca
7) Enviar comprobante a agente de carga	Gerente Administrativo	Envío el comprobante de la transacción al proveedor como evidencia del pago
8) Esperar confirmación del agente de carga	Gerente administrativo	En espera confirmación del agente de carga para garantizar que el pago se completó de manera exitosa
9) Ingresar pago	Gerente administrativo	Se ingresa el pago al registro de Magaya.
ENTRADAS DEL PROCESO	SALIDAS DEL PROCESO	
<ul style="list-style-type: none"> -Recepción de facturas de proveedores -Registro de reporte de facturas. - Verificar la exactitud de las facturas en términos de servicios prestados, tarifas y detalles de contacto del agente de carga. -Recepción de documentos de respaldo. -Aprobación de facturas. -Generación de órdenes de pago. -Registro de reporte de pagos. -Conciliación de cuentas. -Archivado de registros. 	Gerente General Asistente Administrativo	
PROCESOS RELACIONADOS		
<ul style="list-style-type: none"> -Magaya -Cuenta bancaria 		
RECURSOS PARA UTILIZAR		

-Magaya
-Cuenta bancaria

REGISTRO DE LOS DOCUMENTOS

-Notas de débito de los agentes

INDICADORES

Porcentaje de pagos en tiempo
-Número de pagos vencidos.
-Rotación de proveedores.
-Índice de satisfacción de proveedores.
-Tasa de errores de pagos

Diagrama de flujo de procesos mejorado
Pago de Proveedores

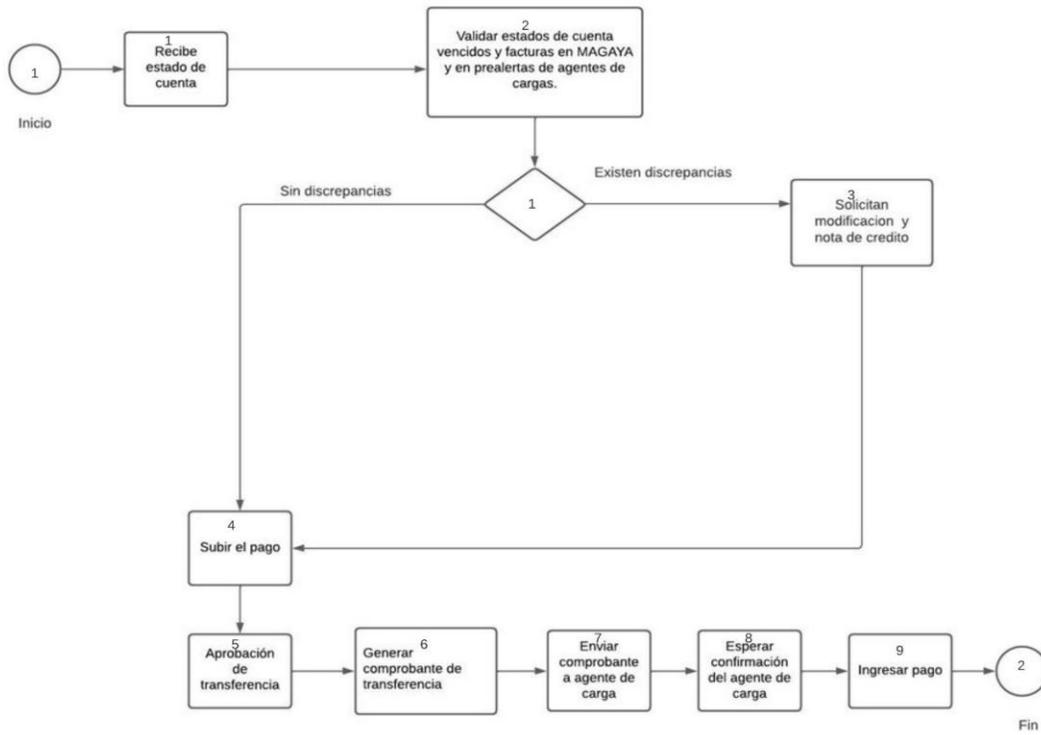


Figura 70. Diagrama de flujo de proveedores mejorado.

Fuente: propia

Proceso para pagos a Beneficios

Mejora: El proceso para pago beneficios a los empleados debe ser realizado por Gerente administrativo para que la empresa obtenga un proceso de trazabilidad necesita que una sola persona se encargue de las actividades de planilla.

Ficha de procesos		
Proceso de Pago de Beneficios mejorado	EDICION 1	FECHA DE REVISION: Agosto 2023
OBJETIVO DEL PROCESO		
Este procedimiento aplica tanto para los servicios que constituyen una garantía por parte de la empresa como aquellos que no son obligatorios para los empleados, cuyo cobro y pago es responsabilidad de UNOTRANS ante las respectivas entidades.		
ACTIVIDADES DEL PROCESO	RESPONSABLES	DESCRIPCION
1)Recibir detalle mensual del monto de por beneficios con bancos, cooperativas, ópticas, RAP, IHSS.	Asistente administrativo	Se reciben y revisan las facturas de servicio
2)Efectuar el pago	Gerente administrativo	Verifica y realiza el pago vía interbanca
3)Aprobación de transacción	Gerente general	Se aprueba la transferencia a través de la interbanca
4)Notificar pago	Asistente Administrativo	Se le notifica al proveedor que el pago ha sido acreditado
5)Ingresar pago a MAGAYA	Gerente Administrativo	Se registra el pago en la plataforma MAGAYA
ENTRADAS DEL PROCESO	SALIDAS DEL PROCESO	
-Datos de empleados o beneficiarios. -Plan de beneficios. -Registro reportes de tiempo y asistencia. -Documentación legal. -Información de impuestos. -Sistema de administración de beneficios. -Regulaciones y legislación.	-Comprobante de pago de beneficiario o empleado. -Estado de cuenta. -Formularios de impuesto. -Certificado de seguro. -Extractos de cuentas de jubilación. -Documentación legal.	

PROCESOS RELACIONADOS
Pago de planilla
RECURSOS PARA UTILIZAR
-Sistema Magaya -cuenta bancaria
REGISTRO DE LOS DOCUMENTOS
-Sistema del RAP -Sistema de IHSS -Sistema de cooperativa
INDICADORES
-Porcentaje de pagos en tiempo -Número de pagos vencidos. -Tasa de errores de pagos

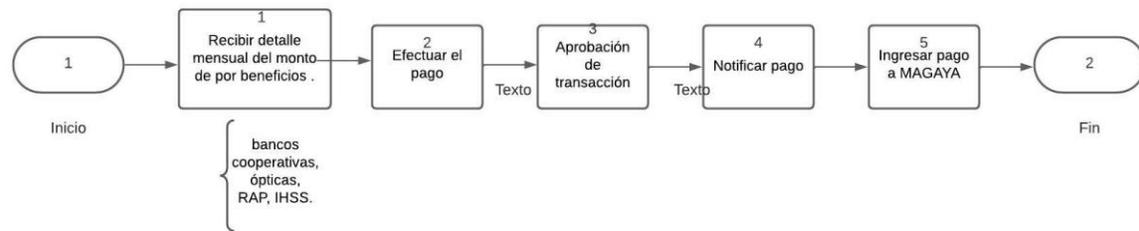


Figura 71. Diagrama de flujo de pago de beneficio.

Fuente: propia.

Procesos de cobro a clientes de contado y crédito.

Mejora: Enviar en tiempo los loading guide de consolidados y cuadro que están por llegar da tiempo al Depto. de cobros para hacer la gestión en tiempo de dividir los clientes que son de contado y que pueden retener los embarque por falta de pago para que cobros de prioridad primero a estos clientes y poder mandar la documentación en tiempo sin alterar el proceso de nacionalización de los clientes.

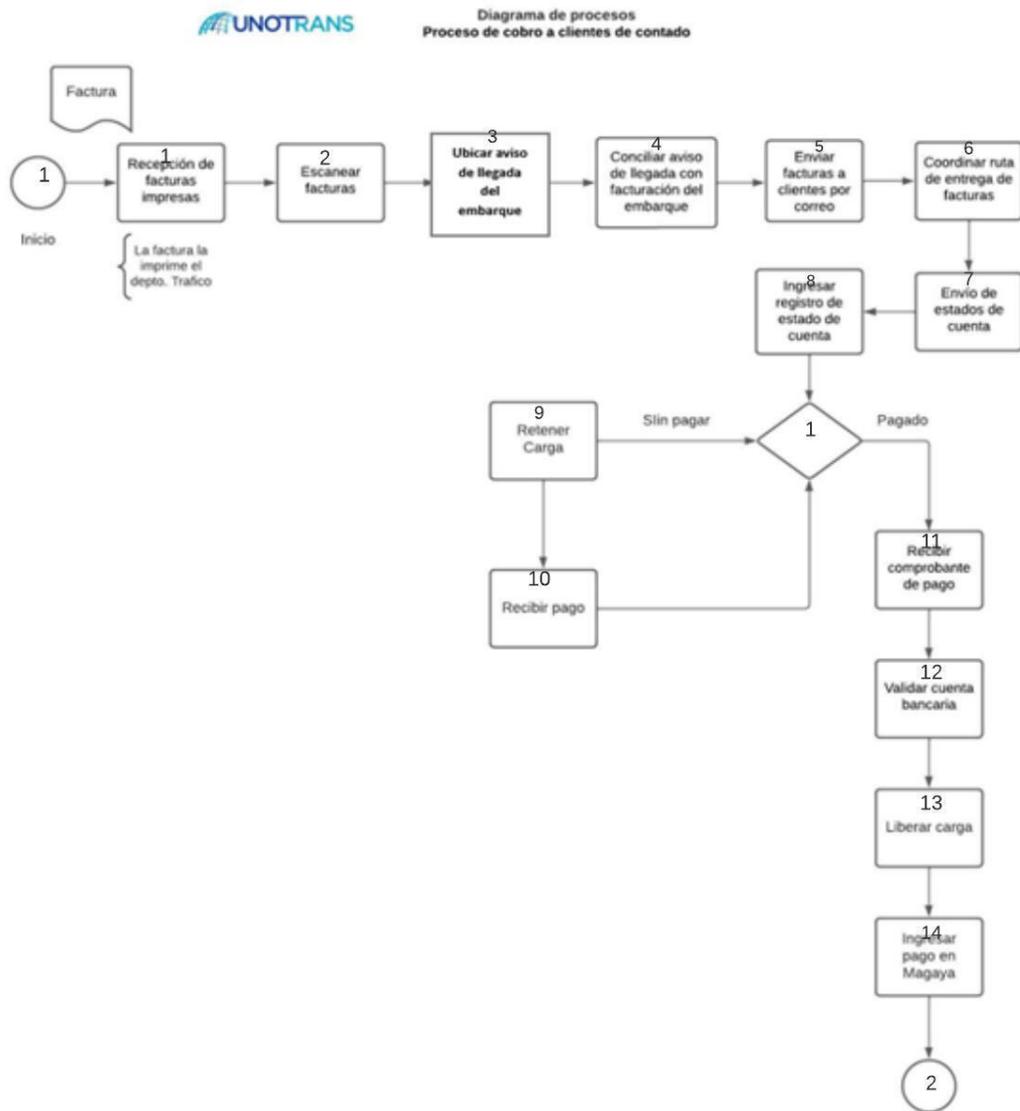


Figura72. Diagrama de flujo actual de pago de cliente de contado.

Fuente: Propia

Ficha de procesos		
Proceso de cobro a clientes de contado mejorado	EDICION 1	FECHA DE REVISION: Agosto 2023
OBJETIVO DEL PROCESO		
<p>Para clientes de contado, este proceso requiere el pago de los costos de envío para liberar sus embarques. Todos los clientes de contado de UNOTRANS deben pagar a tiempo para recibir sus mercancías sin demora.</p>		
ACTIVIDADES DEL PROCESO	RESPONSABLES	DESCRIPCION
1)Recepción loading guide de consolidados y cuadro de embarques que están por llegar a cobros	Ejecutiva de cobros	Recepción de loading guide a Depto de cobros los y cuadro de embarques que están por llegar para que se preparen en la división de cliente y gestión y cobros.
2) Clasificación de clientes de contado y crédito	Ejecutiva de cobros	Verificar y dividir los embarque por clientes de contado y crédito para dar prioridad a los clientes de contado para que reciban cuando antes la factura de cobros y pagar el embarque para que no lo retengan.
3)Recepción de facturas impresas	Ejecutiva de cobros	Se reciben y revisan las facturas de cobros que debe tener la siguiente información: -Encabezado de factura -Número de factura. -Referencia de documento de transporte. Fecha de emisión. -Fecha de vencimiento. -Descripción de servicios -Montos totales -Información fiscal -Datos del comprador.

		-Logotipo de la empresa.
4)Escanear facturas	Ejecutiva de cobros	Se escanea cada factura de cobro dando prioridad a los cliente de contado para el envío de facturas para inmediato pago.
5)Buscar aviso de llegada de embarque	Ejecutiva de cobros	Se busca y revisa cada aviso de llegada correspondiente con la factura.
6)Conciliar aviso de llegada con facturación del embarque	Ejecutiva de cobros	Se corrobora que la información en la factura y el aviso de llegada concuerden
7)Enviar facturas a clientes por correo	Ejecutiva de cobros	Se envían todas las facturas a clientes vía correo electrónico
8)Coordinar ruta de entrega de facturas	Ejecutiva de cobros	Se debe de establecer la ruta de entrega de facturas con el asistente administrativo.
9)Envío de estados de cuenta	Ejecutiva de cobros	Se le envían estados de cuenta a algunos clientes
10)Ingresar registro de estado de cuenta	Ejecutiva de cobros	Se registra en excel cada una de las actualizaciones de los cobros
11) Retener carga	Ejecutiva de cobros	Informar al depto. de tráfico que el embarque esta retenido por pago pendiente.
12) Recibir pago	Ejecutiva de cobros	Recibir pago del cliente
13)Recibir comprobante de pago	Ejecutiva de cobros	Se solicita a cliente el comprobante de pago para su embarque
14)Validar cuenta bancaria	Ejecutiva de cobros	Se valida en la cuenta que el pago fue realizado
15)Liberación de la carga	Ejecutiva de cobros	Se notifica al departamento de tráfico que se puede liberar la carga
16)Ingresar pago a MAGAYA	Ejecutiva de cobros	Se ingresa a la plataforma MAGAYA el registro del cobro solventado
ENTRADAS DEL PROCESO	SALIDAS DEL PROCESO	

<p>-Datos del cliente -Embarques obtenidos del sistema Magaya.</p>	<p>-Recibo de pago. -Actualización de registro de ventas. -Registro de reportes contables. -Generación de factura. -Seguimiento de cuentas por cobrar</p>
<p>PROCESOS RELACIONADOS</p>	
<p>Trafico</p>	
<p>RECURSOS PARA UTILIZAR</p>	
<p>-Sistema Magaya</p>	
<p>REGISTRO DE LOS DOCUMENTOS</p>	
<p>-Comprobante de pagos a los clientes -Copia de facturas comerciales -Ingresar a Magaya.</p>	
<p>INDICADORES</p>	
<p>Recuperación de deuda -Calidad de servicio al cliente -Seguimiento y actualización de registros.</p>	

Diagrama de procesos mejorado
Proceso de cobro a clientes de contado

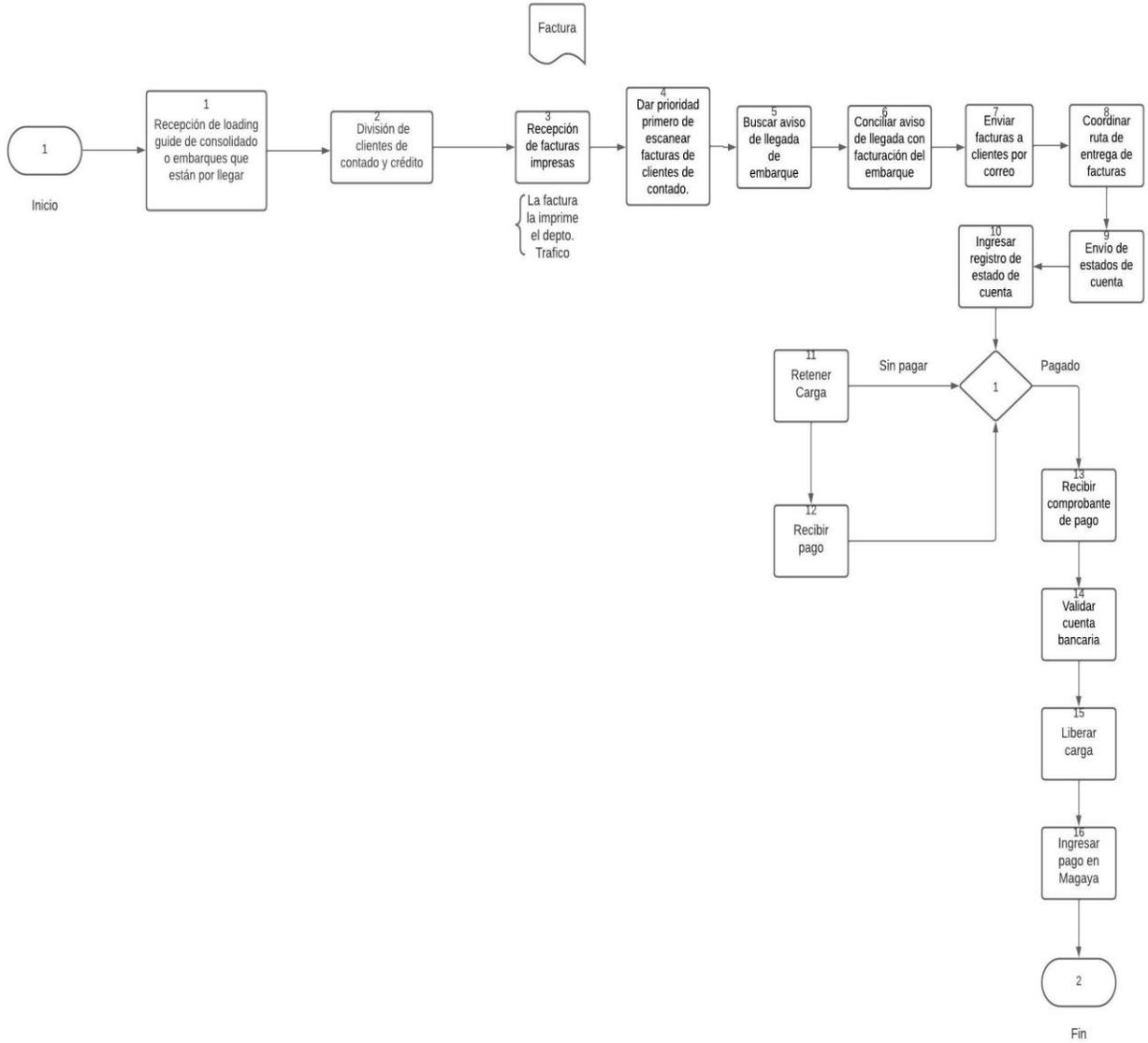


Figura 73. Diagrama de Flujo de procesos proceso de cobro contado mejorado.

Fuente: propia

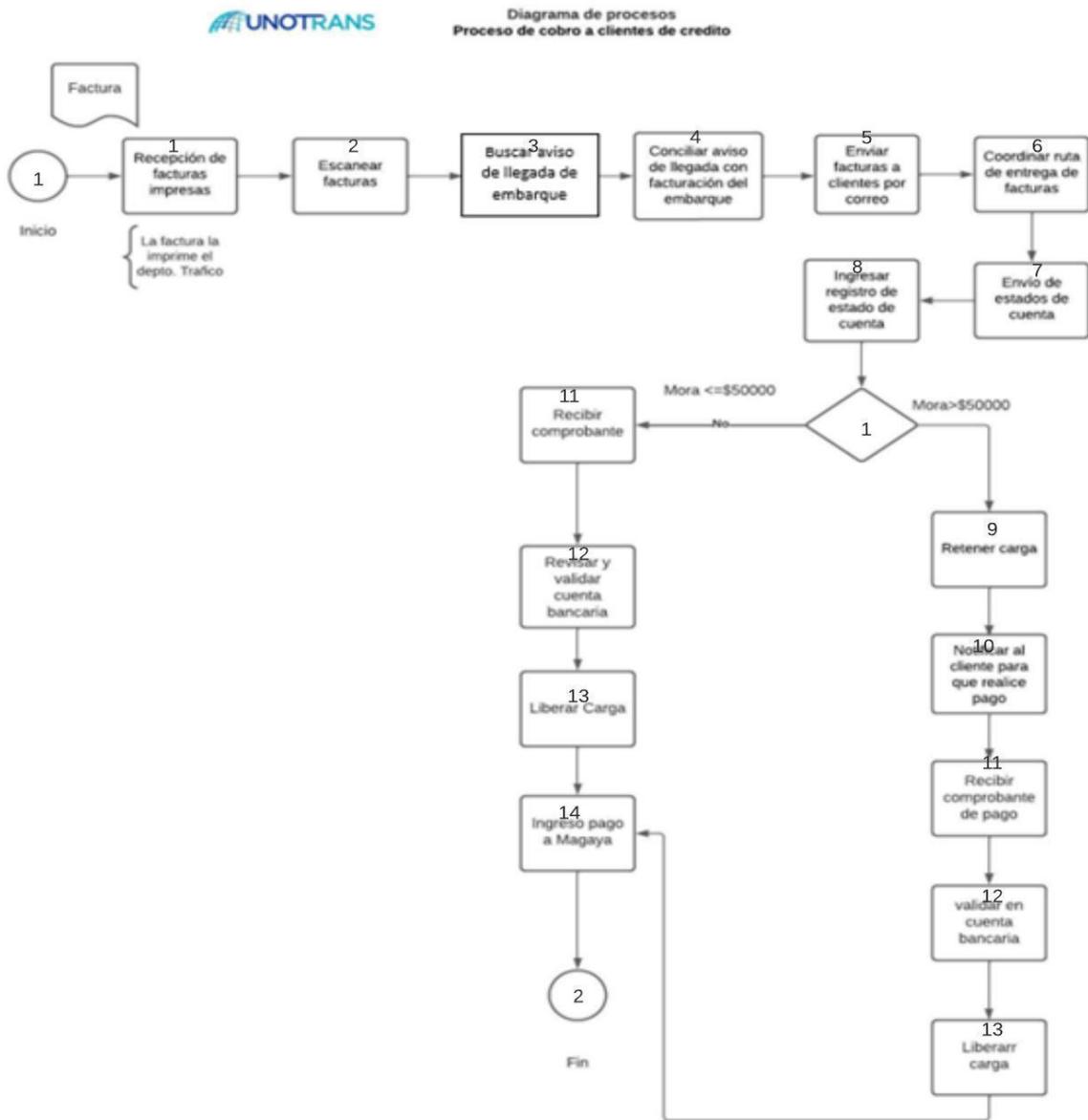


Figura 74. Diagrama de Flujo de procesos proceso de cobro crédito actual, propia

Fuente: Propia

Ficha de procesos		
Proceso de cobro a clientes de crédito mejorado	EDICION 1	FECHA DE REVISION: Agosto 2023
OBJETIVO DEL PROCESO		
<p>Los clientes de crédito gozan de liberación de su carga de manera automática, a menos de que tengan su estado de cuenta en mora o por sumas encima del crédito previamente acordado.</p>		
ACTIVIDADES DEL PROCESO	RESPONSABLES	DESCRIPCION
1)Recibir loading guide de consolidados y cuadro reportados por Depto de tráfico que están por venir	Ejecutivo de cobranzas	Recibir loading guide y cuadro de embarque por venir para hacer la gestión de cobros en tiempo antes de la llegada de estos y evitar la retención de los clientes por mora.
2)Verificación de clientes con mora	Ejecutivo de cobranzas	Verificar a cliente de crédito que tenga mora más de \$50000 y hayan pasado el límite del tiempo de crédito
3)Validar estado de cuenta	Ejecutiva de cobros	Validar si el cliente se encuentra por encima de los límites establecidos de crédito y enviar estado de cuenta para pago de este y retener próximo embarque por venir hasta que realice pago.
4) Notificar al cliente al cliente pago pendiente	Ejecutiva de cobros	Notificar al cliente para que realice pago sino se retendrá carga hasta que realice pago
5)Recibir comprobante de pago	Ejecutiva de cobro	Verificar comprobante de pago y validar en cuenta bancaria.
6)Ingreso de pago a software Magaya	Ejecutiva de cobro	Ingresar el pago de abono de cliente a Magaya.
7)Recepción de facturas impresas	Ejecutiva de cobros	Se reciben y revisan las facturas de cobros que debe tener la siguiente información: -Encabezado de factura -Número de factura.

		-Referencia de documento de transporte. Fecha de emisión. -Fecha de vencimiento. -Descripción de servicios -Montos totales -Información fiscal -Datos del comprador. -Logotipo de la empresa.
8)Escanear facturas	Ejecutiva de cobros	Se escanea cada factura de cobro
9)Validar aviso de llegada de embarque	Ejecutiva de cobros	Se busca y revisa cada aviso de llegada con la factura correspondiente
10)Conciliar aviso de llegada con facturación del embarque	Ejecutiva de cobros	Se corrobora que la información en la factura y el aviso de llegada concuerden
11)Enviar facturas a clientes por correo	Ejecutiva de cobros	Se envían todas las facturas a clientes vía correo electrónico
12)Coordinar ruta de entrega de facturas	Ejecutiva de cobros	Se debe de establecer la ruta de entrega de facturas
13)Envío de estados de cuenta actualizado	Ejecutiva de cobros	Se le envían estados de cuenta a algunos clientes
14)Ingreso el registro del reporte de estado de cuenta	Ejecutiva de cobros	Se registra el reporte de estado de cuenta .
ENTRADAS DEL PROCESO	SALIDAS DEL PROCESO	
-Datos del cliente -Embarques obtenidos del sistema Magaya.	-Recibo de pago. -Actualización de registro de ventas. -Registro de reportes contables. -Generación de factura. -Seguimiento de cuentas por cobrar	
PROCESOS RELACIONADOS		
Tráfico		
RECURSOS PARA UTILIZAR		

-Sistema Magaya

REGISTRO DE LOS DOCUMENTOS

-Comprobante de pagos a los clientes
-Copia de facturas comerciales
-Ingresar a Magaya.

INDICADORES

Recuperación de deuda
-Calidad de servicio al cliente
-Seguimiento y actualización de registros.

Diagrama de procesos mejorado
Proceso de cobro a clientes de credito

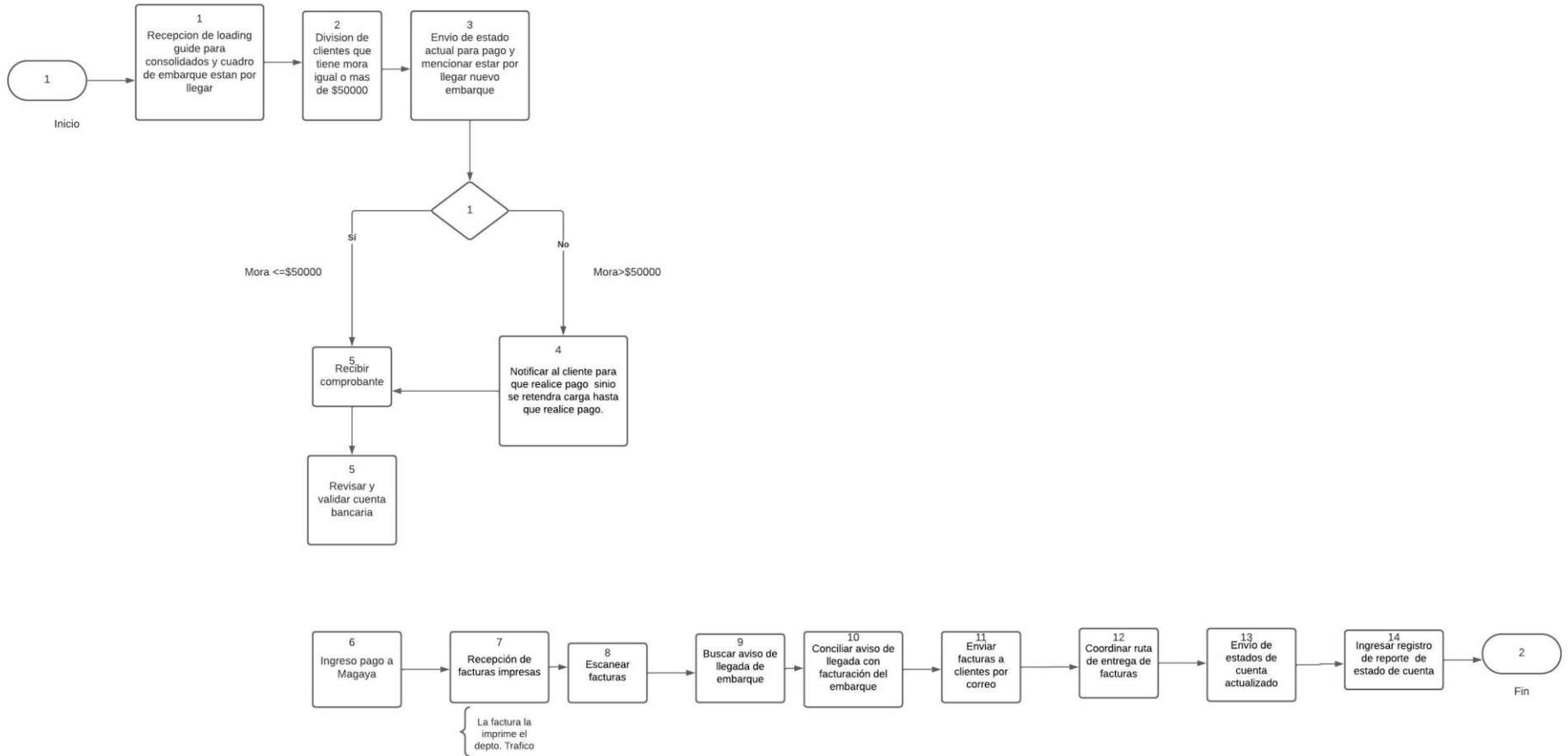


Figura75. Diagrama de flujo de procesos pago de clientes crédito mejorado.

Fuente: propia.

6.4.3 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

En las encuestas realizadas en la empresa, Unotrans actualmente no está llevando un plan de planificación estratégica en la actualidad por lo que en este inciso da hincapié para el comienzo a que ellos puedan iniciarlo.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Realización evaluación de análisis externo e interno actual de Unotrans.
- Realización de propuesta de valor que genere la diferenciación de los cliente para la obtención de los servicios dado por Unotrans.
- Implementación de un formato de matriz POA que ayudara a la planificación anual de la empresa del cumplimiento propuestos para cada año.
- Realizar propuestas para la implementación en la empresa y que mejore la cultura organizacional.

COMPRESIÓN DEL ENTORNO Y EVALUACIÓN INTERNA Y EXTERNO



ANALISIS FODA DE UNOTRANS



Figura 75. de Análisis FODA de Unotrans,.

Fuente propia

ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA (CINCO FUERZAS DE PORTER)

Rivalidad entre los competidores

- Competencia Local
- Competencia Internacional

Análisis: Fuerte competencia y altas barreras de salida.

La competencia local que los clientes opten en vez de importar o exportar sus mercancías hacen la venta y comprar de bienes en el mismo país.

La competencia internacional aplica a diferentes competidores como lo son otras consolidadoras de carga, agentes a nivel internacional directamente, proveedores de los mismos cliente al ofrecer los embarques con incoterm CIF, navieras y aerolíneas que los

clientes movilizan sus cargas directamente con estas.

Poder de Negociación de los Compradores

- Empresas
- Inversionistas

Análisis: Compradores con altas expectativas en términos de calidad en los servicios y con buen precio. Las necesidades del cliente pueden ser precio, tiempo, y calidad.

Poder de Negociación de los Proveedores

- Agente de carga a nivel internacional
- Navieras
- Aerolíneas
- Transportistas
- Aseguradora

Análisis: Proveedores que ofrecen productos diferenciados y de difícil reemplazo.

La empresa debe establecer relaciones sólidas con agentes de carga a nivel internacional, navieras, aerolíneas y aseguradoras confiables y eficientes para garantizar la calidad y la competitividad de sus servicios. La gestión adecuada de estos proveedores es esencial para la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la empresa. Con el análisis FODA la empresa

debe convertir sus debilidades y oportunidades para que sean fortalezas y realizar un plan preventivo para que las amenazas no los afecte.

Amenazas de Productos o Servicios Substitutos

- Compra local
- Proveedores de los clientes que ofrecen servicio CIF

Análisis: Productos Substitutos en crecimiento por relación a precio.

Amenazas de Nuevos Entrantes

- Nuevos Competidores Internacionales y locales (agentes, proveedores de los clientes, consolidadoras de carga)

Análisis: Altas barreras de entrada en los requerimientos de capital y ventajas de los actores establecidos en términos de costos, calidad, tecnología, ubicaciones geográficas estratégicas y tiempos de entrega.



Figura 76. 5 fuerzas de Porter

Fuente: propia

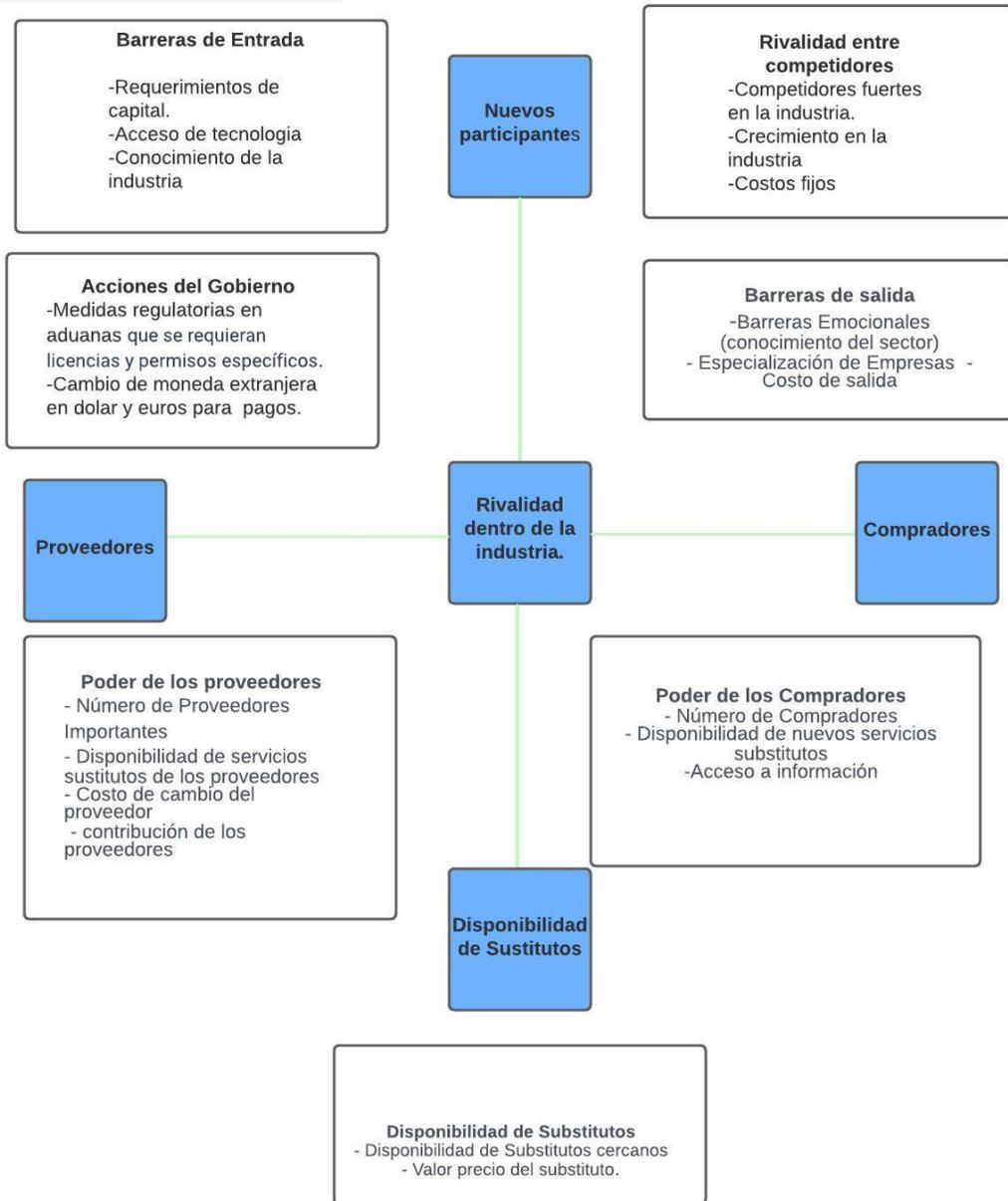


Figura 77. Análisis interno y externos.

Fuente: Propia

Unotrans opera en un entorno complejo donde diversas barreras de entrada y salida, así como condiciones del mercado, influyen en su éxito. La empresa debe centrarse en la gestión efectiva de recursos, la diferenciación, el conocimiento de la industria y la adaptabilidad para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades en su industria de transporte internacional y estar siempre enfocado en la excelencia del servicio al cliente.

DESCRIPCIÓN DE VENTAJAS COMPETIVAS

-Relación estratégica en todo el mundo para movilización de carga de cualquier parte del mundo tanto de importación como exportación.

-Trayectoria y preferencia del target.

-Poder de negociación con proveedores

-Margen de utilidad bruta superior al 50%

-Recursos y alianzas estratégicas para apalancar al cliente durante el trayecto y llegada de sus cargas.

-Estructura organizativa especializada.

PROPUESTA DE VALOR

Tabla.13 Propuesta de valor de UNO TRANS

<p>¿Quiénes son nuestros clientes?</p> <ul style="list-style-type: none">• Empresarios que importan y exportan mercadería. <p>¿Cómo los alcanzamos?</p> <ul style="list-style-type: none">• Visita a la empresas.• Recomendación de otros clientes o proveedores. <p>¿Qué necesidades vamos a cubrir?</p> <ul style="list-style-type: none">• Seguridad• Acceso• Servicio• Flexibilidad y adaptabilidad• Experiencia y conocimiento <p>¿Precio relativo?</p> <ul style="list-style-type: none">• Precio relativamente por igual o un poco por encima de la media del mercado.	<p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none">• Alianzas estratégicas con agentes de cargas internacionalmente, navieras, aerolíneas, y transportistas, que permiten brindarles a los clientes un servicio de excelencia de cualquier parte del mundo.• Entregas en tiempo y forma en la mayoría de las veces. <p>Ventas:</p> <ul style="list-style-type: none">• Cotizaciones en tiempo.• Visitas constantes a los clientes.• Almuerzo y cena de cortesía a los clientes. <p>Servicio al cliente:</p> <ul style="list-style-type: none">• Asesoría a los clientes por parte del equipo de ventas para brindarles opciones con las diferentes necesidades de cada cliente (precio, tiempo, origen etc.)• Servicio especializado por cada uno de los departamentos en la
--	---

	<p>empresa (Ventas, coordinación, tráfico y administracion.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rapidez en el servicio. • Promociones en consolidados por volumen de carga. • Respaldo a los clientes en asumir consecuencia por responsabilidad de Unotrans
--	---

UNOTRANS

Envíos internacionales: Brindaremos promociones para envíos internacionales, como tarifas especiales entre 5 y 10% de descuento en contenedores completos dirigidos hacia europa, trámites aduaneros simplificados y un asesoramiento completo en regulaciones internacionales desde el 15 de noviembre del 2023 hasta el 16 de Enero 2024 RESTRICCIONES APLICAN

Unotrans S A

UNOTRANS

Promociones por temporada: Ofreceremos descuentos estacionales del 10% de descuento o promociones especiales durante periodos de alta demanda, como la temporada navideña o eventos promocionales todos los años. RESTRICCIONES APLICAN

Unotrans S A

Figuras 78 y 79. promoción de Unotrans para publicaciones en la web.

Fuente: propia.

CADENA DE VALOR

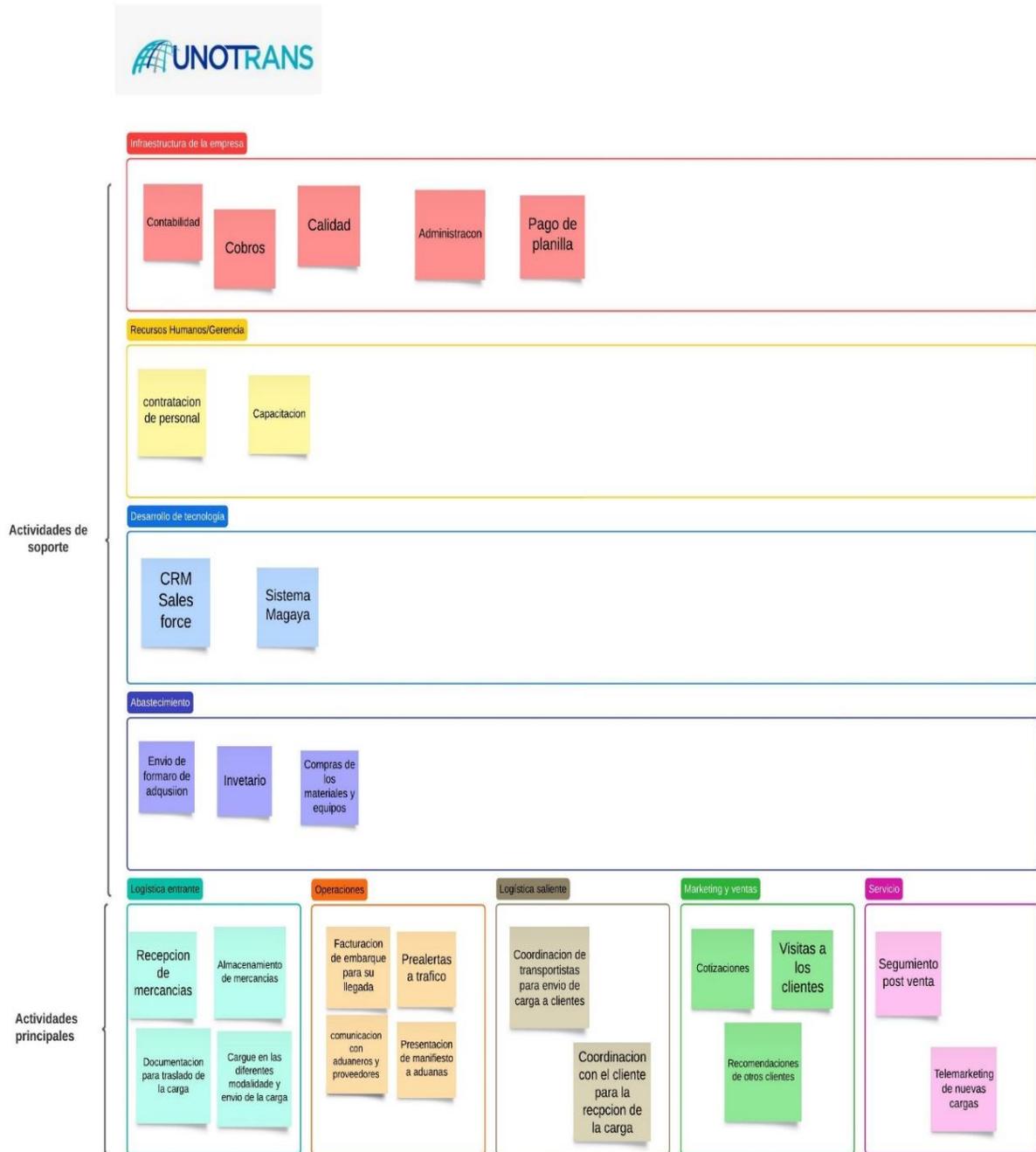
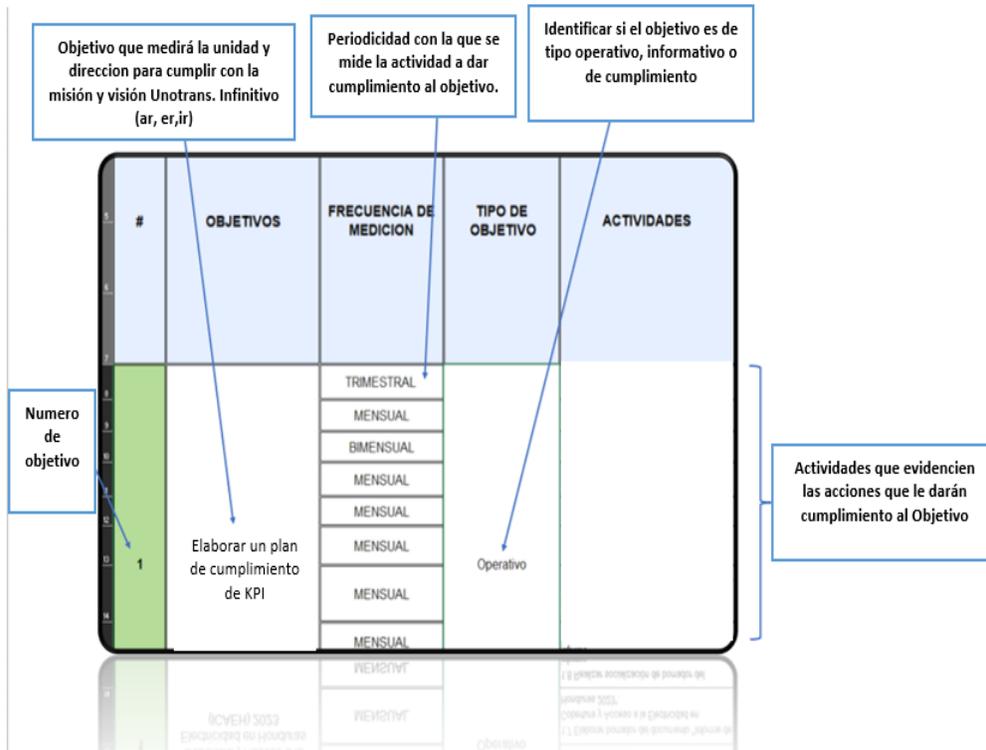
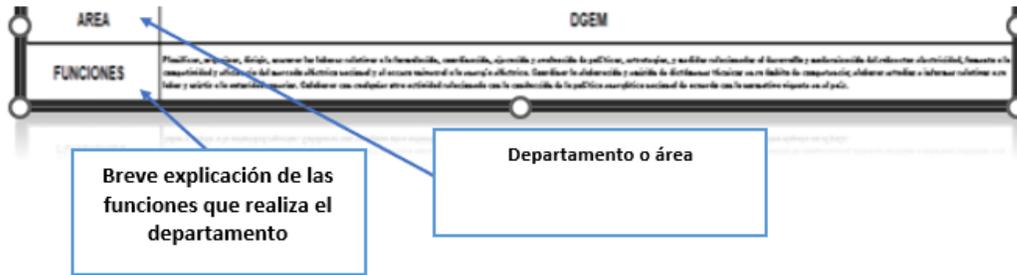


Figura 80. Cadena de Valor.

Fuente: Propia

EXPLICACIÓN DE LA MATRIZ POA

6.4.2.6 EXPLICACIÓN DE LA MATRIZ POA



Figuras 81 y 82 Explicación de la matriz POA

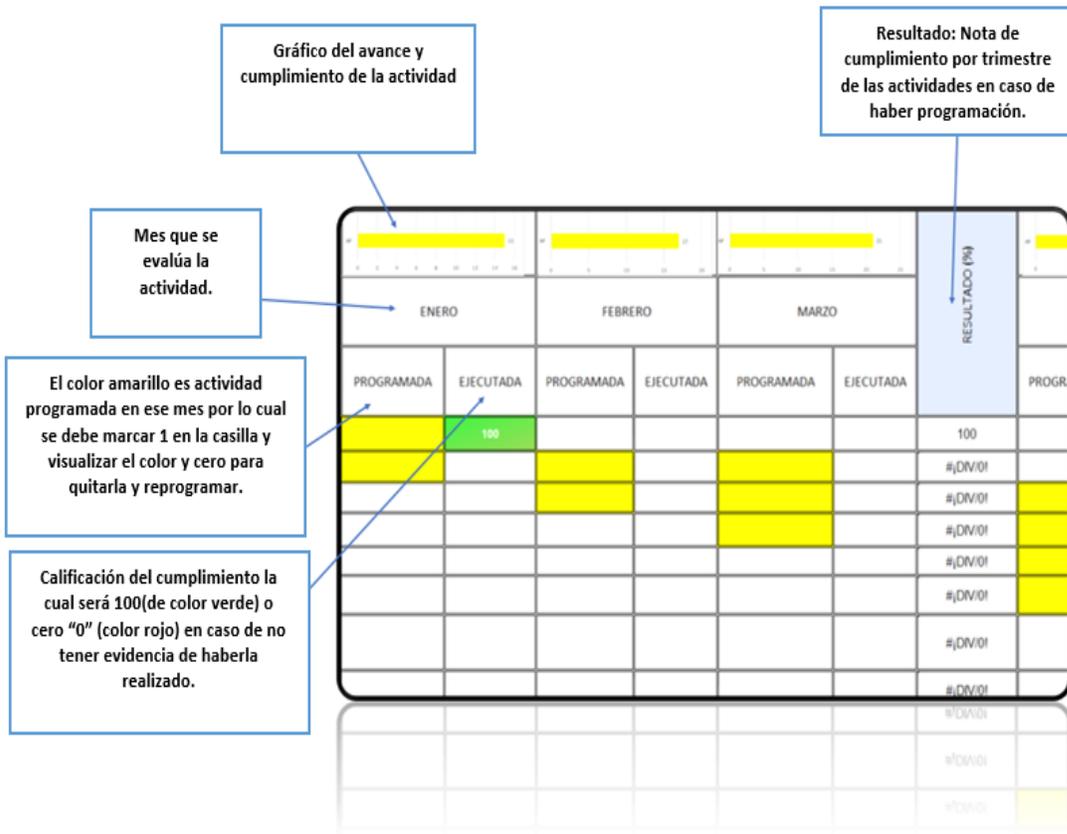


Figura 83. Explicación de la matriz POA

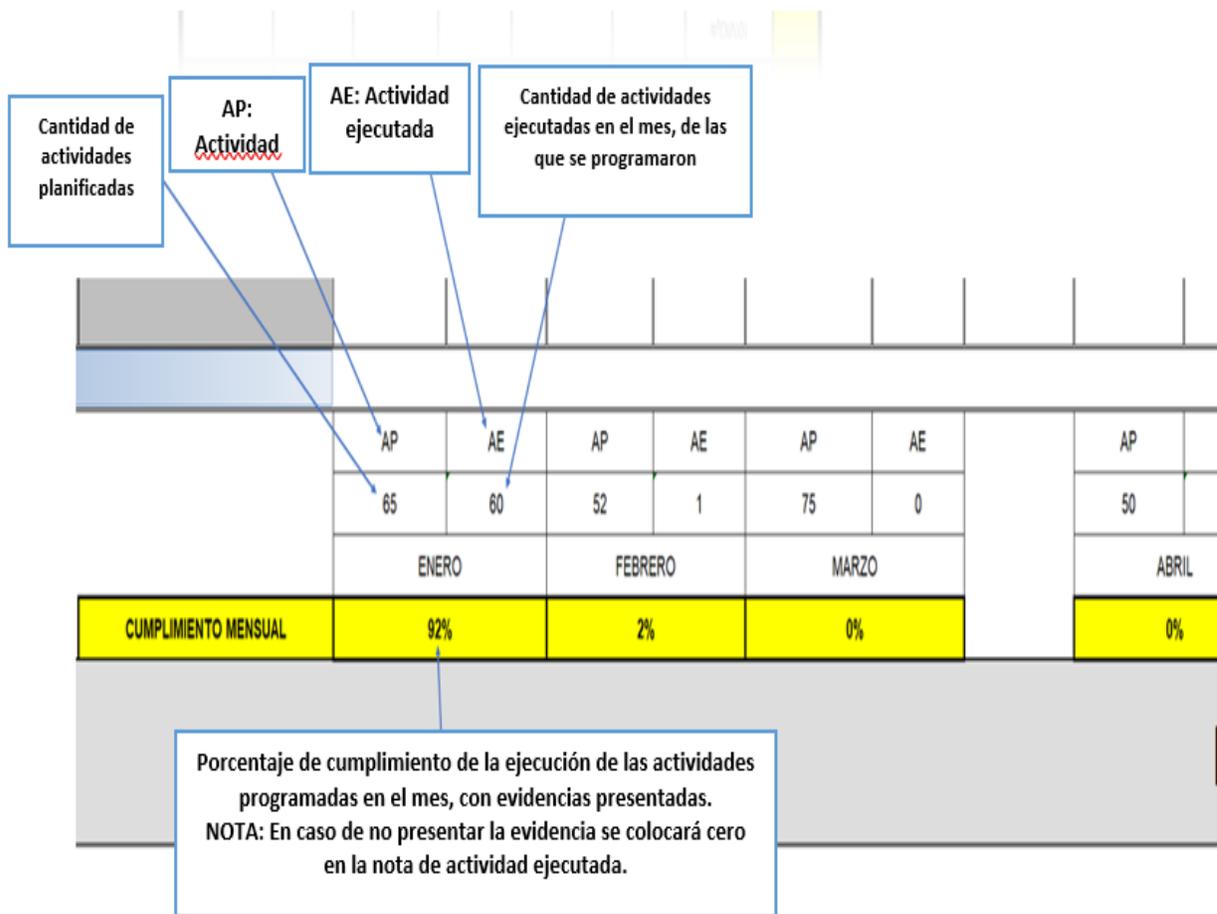


Figura 84. Explicación de la matriz POA

AREA		DEPARTAMENTO *****															
FUNCIONES		Planificar, organizar, dirigir, asesorar las labores relativas a la formulación, coordinación, ejecución y evaluación de políticas, estrategias, y medidas relacionadas a cada departamento, fomentado a la competitividad y eficiencia en la elaboración y emisión de dictámenes técnicos en su ámbito de competencia; elaborar estudios e informes relativos a su labor y asistir a la autoridad superior. Colaborar con cualquier otra actividad relacionada con el departa															
#	OBJETIVOS	FRECUENCIA DE MEDICION	TIPO DE OBJETIVO	ACTIVIDADES	PRIMER TRIMESTRE			RESULTADO (%)	SEGUNDO TRIMESTRE			RESULTADO (%)	TERCER TRIMESTRE			RESULTADO (%)	
					ENERO	FEBRERO	MARZO		ABRIL	MAYO	JUNIO		JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE		OCTUBRE
					PROGRAMADO EJECUTADO	PROGRAMADO EJECUTADO	PROGRAMADO EJECUTADO		PROGRAMADO EJECUTADO	PROGRAMADO EJECUTADO	PROGRAMADO EJECUTADO		PROGRAMADO EJECUTADO	PROGRAMADO EJECUTADO	PROGRAMADO EJECUTADO		
1	3	Variable	Operativo				100										
		Mensual					100										
		Bimestral					100										
		Mensual					100										
		Mensual					100										
		Mensual					100										
		Mensual					100										
		Mensual					100										
2		Mensual	Operativo				100										
		Mensual					100										
		Mensual					100										
		Mensual					100										
		Mensual					100										

Figura 85. Plantilla de POA para UNOTRANS

La asignación de responsabilidades es un factor importante para la asignación e identificar quién será responsable de llevar a cabo cada una de las actividades. Establecer un cronograma con calendario detallado que indique cuándo se llevarán a cabo las actividades a lo largo del año. Esto ayuda a mantenerse en el camino y a cumplir los plazos. Presupuesto que estime los recursos financieros necesarios para llevar a cabo las actividades planificadas. Esto incluye costos operativos, inversiones, y cualquier otra fuente de financiamiento. El monitoreo y evaluación para un sistema de seguimiento y evaluación para medir el progreso hacia los objetivos, esto permitirá ajustar el plan a medida que avanza el año. Comunicación hay que asegurar que todos los miembros de la organización estén informados sobre el POA y su rol en su implementación, hará la diferencia en la comunicación efectiva. La revisión y ajuste a medida que avanza el año haciendo la revisión regularmente del POA y ajustándolo según sea necesario. Pueden surgir cambios en el entorno o en las circunstancias de la organización que requieran adaptaciones en el plan. El Informe y rendición de cuentas al final del año, ayudara a la empresa a evaluar su desempeño y a planificar futuros POA, donde estos generalmente se planifican 3 meses antes de que termine el año.

CULTURA ORGANIZACIONAL

La realización de encuesta de clima laboral en una empresa periódicamente es de suma importancia ya que el mejor recurso que tiene una empresa es su personal y si su personal se encuentra bien las situaciones presentadas serán manejadas de la mejor manera.

La siguiente encuesta de clima laboral es una propuesta para que la empresa la aplique cada 3 meses para conocer cómo se siente sus empleados.

Una vez realizada y tabulada las sugerencias son las siguientes:

- Analizar los datos para identificar las tendencias y áreas de oportunidad de mejora.
- Realizar entrevista a empleados aleatoriamente sobre en que podría mejorar la empresa para que los empleados se sientan satisfechos.
- Priorizar y clasificar la acciones que se puede realizar de forma inmediata y las que pueden tomar tiempo.
- Establecer objetivos claros y acciones concretas que la empresa puede tomar para abordar los problemas identificados.
- Asignar responsabilidades a los jefes y líderes de cada área.
- Comunicar planes de acción.
- Implementar los cambios.

Encuesta de Clima Laboral en Unotrans

1. ¿Está satisfecho/a con su trabajo actual?
 - a) Muy satisfecho
 - b) Satisfecho
 - c) Neutro
 - d) Insatisfecho
 - e) Muy insatisfecho
2. ¿Cómo evaluaría su relación con tu jefe/a directo?
 - a) Muy bien
 - b) Bien
 - c) Neutro

- d) Mal
- c)Muy mal

3. ¿Siente que tiene oportunidades para el desarrollo profesional en la empresa?

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

4. ¿Cómo describiría la comunicación interna en la empresa?

- a) Muy buena
- b) Buena
- c) Normal
- d) Mala
- e) Muy mal

5. ¿Está satisfecho/a con los beneficios y compensaciones que recibe?

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Normal
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo.

6. ¿Cómo describirías la cultura de trabajo en la empresa?

- a) Muy buena
- b) Buena
- c) Normal
- d) Mala
- e) Muy mala

7. ¿Se siente cómodo/a para expresar sus ideas y opiniones en el trabajo?

- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Normal
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente desacuerdo

MEJORA CONTINUA EN COMUNICACIÓN INTERNA

Establecer canales de comunicación claros apropiados para diferentes tipos de mensajes. Esto puede incluir correo electrónico, reuniones presenciales que tenga cada jefe con su equipo de trabajo y luego todos los jefes de cada área informar las dolencias de cada área para implementar plan de acción.

La creación de una intranet es efectiva, Uno trans actualmente no tiene una intranet por lo que es una buena opción Esta es una plataforma centralizada donde los empleados pueden acceder a información relevante, documentos, políticas y noticias de la empresa.

La opción más fácil sería el de Google sites los pasos son los siguientes:

-Tener una cuenta en Google.

-Determina el objetivo de la intranet que sería para una comunicación interna.

-Entrar en **Google Sites** trabaja desde una plantilla. Hay dos opciones: trabajar con la versión clásica (con **plantillas para intranet**) o con la versión nueva. Esta última, no tiene plantillas gratuitas, pero es muy fácil de usar, por lo que también puede ser una buena opción.

Aquí tienes un ejemplo de plantilla para intranet:

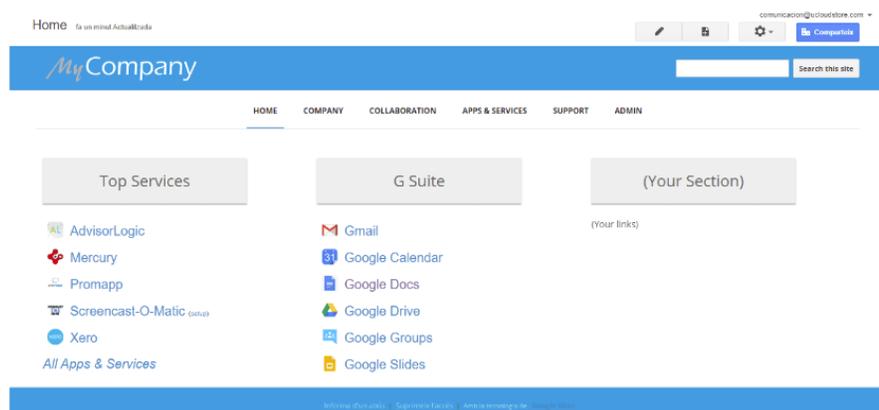


Figura 86. Plantilla de Google sites para Intranet.

Fuente: Google Sites

-Configurar el acceso a la información

-El último paso es configurar la web para que solamente puedan acceder los miembros de tu equipo. Para ello, si estás en la versión clásica, debes ir a Configuración > Opciones para compartir y permisos, y ajustarlo como prefieras. En la versión nueva, tienes que ir al botón “Comparte con otras personas”. Teniendo en cuenta que lo que queremos es un intranet para empresas, nuestra recomendación es que:

-Activado para uCloudStore: si quieres que cualquier persona de uCloudStore pueda buscar la web y entrar en ella.

-Activado para todo el dominio de uCloudStore que tenga el enlace: si quieres que sólo entren personas que tienen el enlace. Esto puede ser útil si quieres usarlo por departamentos.

También es recomendable que determines si estas personas a las que les estás dando acceso pueden editar también el documento, o solamente pueden verlo.

CAPACITACIONES SUGERIDAS
Tabla 14. Capacitaciones, propia

Capacitación	Curso	Incluye	Costo
Ofimática (Excel básico, intermedio, y avanzado)	 <p>https://www.udemy.com/course/curso-profesional-de-excel/#reviews</p>	<p>Tablas dinámicas, macros, fórmulas, dashboards, programación, PowerPivot, PowerView, PowerMap.</p> <p>El curso incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> 2 horas de video bajo demanda 14 recursos descargables Acceso en dispositivos móviles y TV Acceso de por vida Certificado de finalización 	\$19.99
Curso online de Resolución de problemas	 <p>https://www.crehana.com/cursos-online</p>	<p>5 Módulos — 18 Clases — 59m 48s de duración total</p> <p>Aprendizaje en la resolución.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Entender qué es un problema complejo y cómo desglosarlo. Aprender cómo resolver un problema que esté afectando a el equipo, y saber cómo obtener una solución sostenible en el tiempo. <p>Gracias a diferentes técnicas de resolución de problemas, podrá ver que en cada problema hay una oportunidad de hacer una tarea de forma más</p>	US\$65
Curso de Liderazgo	 <p>https://edutin.com/curso-de-liderazgo-4426#rating</p>	<p>3 semanas estimadas 1-2 horas por semana</p> <p>Video clases</p> <p>Aprende a través de videos explicativos y lecturas concretas</p> <p>Título a certificar Diplomado en Liderazgo. By Edutin Academy USA</p>	Gratuito
Toma de decisiones	 <p>https://www.euroinnova.hn/curso-toma-de-decisiones</p>	<p>(Certificación Oficial que da validez a la Titulación ante el Ministerio de Educación de más de 200 países de todo el mundo).</p> <p>UNIDAD DIDÁCTICA 1. TOMA DE DECISIONES</p> <p>UNIDAD DIDÁCTICA 2. FACTORES PERSONALES Y GRUPALES EN LA TOMA DE DECISIONES</p> <p>UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO EN LA SOLUCIÓN DE</p> <p>Conocer en qué consiste la atención a clientes.</p>	\$64.96
Atención al cliente	 <p>https://edutin.com/curso-de-atencion-al-cliente-4261</p>	<p>Diferenciar los procesos de la atención, servicio y experiencia cliente.</p> <p>Comprender los fundamentos teóricos de atención al cliente.</p> <p>Conocer, comprender y aplicar las técnicas efectivas asociadas con la atención al cliente.</p> <p>Emplear la comunicación asertiva y empática con los clientes para asegurar un apropiado servicio de atención.</p> <p>Aplicar las diferentes modalidades y herramientas electrónicas- digitales para la efectiva atención al cliente.</p> <p>Valorar la funcionalidad de una empresa, en cuanto a la gestión de la relación con los clientes.</p> <p>3 semanas estimadas 1-2 horas por semana</p> <p>Video clases</p> <p>Aprende a través de videos explicativos y lecturas concretas</p>	Gratuito

IMPLEMENTACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

-Fomentará equipos de trabajo con un mismo fin en cooperación y para beneficio de la sociedad.

Involucrara a los empleados en iniciativas y promover la conciencia y el compromiso con la comunidad y hará que mejore la reputación de la empresa ante la sociedad, los mercados internacionales lo valoran, por lo que las empresas que adoptan prácticas responsables pueden tener un acceso más fácil a estos mercados y competir de manera efectiva a nivel global.

Implementaciones de responsabilidad social que Unotrans puede aplicar:

-Donaciones a beneficios de asilos de ancianos, orfanatos, albergues y animales para y con la recolección del dinero comprar implementos que sean necesarios por los ancianos, niños, o animales, haciendo inclusión de toda la empresa a hacer visitas a estos lugares.

- Plantación de árboles para beneficios del medio ambiente.

-Recolecta de basuras en parques de la ciudad.

BALANCED SCORED



Balanced Scored de Unotrans S.A.



Figura .87, Balanced Scored de Unotrans.

Fuente: Propia

6.5 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN Y PRESUPUESTO

Implementación	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Noviembre 2023	Diciembre 2023	Enero 2024	Febrero 2024	Marzo 2024	Abril 2024	Mayo 2024	Junio 2024	Julio 2024	Agosto 2024	Septiembre 2024	Octubre 2024	Noviembre 2024	Diciembre 2024
			Semanas	Semanas												
Mejora de Procesos de administración																
Distribuir las funciones según el perfil de puesto trabajo	16	19														
Mejora en los procesos	1	56														
Automatización de sistemas	12	32														
<i>Inclusión de formato para Depto. Compras</i>	1	1														
Planificación y marketing Estratégico																
Seguimiento de la propuesta de valor	1	24														
<i>Análisis Interno y externo de la empresa</i>	1	56														
<i>Implementación de POA</i>	1	56														
<i>Encuesta de clima laboral</i>	1	24														
Capacitaciones	1	56														
Responsabilidad social	9	32														
<i>Comunicación</i>	9	56														
Responsabilidad social	16	48														

Tabla.15. Presupuesto de Implementación Unotrans.

Presupuesto para implementación en Unotrans	
Plantación de propuesta	Costo
Capacitaciones	\$500
Software de nomina	\$700
Responsabilidad social	\$500
Total	\$1700

Se conoce que el recurso humano es el más importante de una empresa es el recurso humano, al brindar capacitaciones y reforzamiento a los colaboradores hare que el rendimiento y desempeño sea de excelencia al manejar diferentes conocimientos para la resolución y utilización de herramientas que utilizan en el día a día.

La utilización de un software automático permitirá a los colaboradores encargados de este proceso automatizarlo, reducir tiempo en esta actividad que podría utilizarlo en otras funciones, reducción de error en el pago de planilla a los empleados.

La implementación de responsabilidad social en una empresa da una buena imagen corporativa ante la comunidad en general, afinidad a los clientes a la empresa ya que prefieren apoyar a una empresa que brinda algo a la sociedad a una que no lo hace, mejora la relación con los empleado y hace conciencia del trabajo en equipo para una buena causa, aporta diferenciación de otras empresas que no lo hacen.

6.6 CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA

Capitulo I		Capitulo II	Capitulo III			Capitulo IV	Capitulo VI		
Titulo de Investigacion	Objetivo General	Objetivo Especifico	Teoria y metodologia	Variables	Poblaciones	Tecnicas	Conclusiones	Nombre de la propuesta	Objetivo propuesta
MEJORA DE PROCESOS, PLANIFICACION ESTRATEGICA UNOTRANS S.A.	Realizar una planificación estratégica de la empresa, y una mejora de procesos en el departamento de administración, mediante el uso de metodologías e instrumentos adecuados para aumentar la eficiencia, mejorar la calidad, y reducir los errores en Unotrans S.A	1. Identificar los problemas en los procesos para realizar la adecuada estandarización de estos y poder realizar un manual de procesos en el departamento de administración.	Gestion de procesos Planeacion estrategica Cadena de Valor	Variable dependiente: Eficiencia de la organizacion.	Colaboradores del depto de Administracion. Toda la gerencia de Unotrans Clientes de Unotrans.	Encuesta Entrevista	1. La estandarización de procesos es fundamental en el departamento de administración para garantizar la eficiencia, consistencia, y calidad en la ejecución de tareas y actividades. Los colaboradores hay duplicidad en las actividades que realizan ciertos puestos de trabajo, también se indicaron requerir capacitaciones en herramientas que utilizan en su puesto de trabajo, mejorar la comunicación interna, más apoyo de sus jefes directos para la mejora continua del departamento.	"Un rumbo claro": Propuesta de plan de mejora continua en procesos administrativos y implementación táctica.	1. Optimizar la eficiencia y la eficacia de las operaciones administrativas para mejorar la calidad de los servicios, reducir costos y fortalecer la contribución del departamento al logro de los objetivos estratégicos de la organización.
		2. Realizar una planificación estratégica para beneficiar a la empresa en generar mayor rentabilidad, mejorar el rendimiento laboral, dar dirección y enfoque a los equipos.		Variables independientes: Mejora de procesos Marketing Planeacion estrategica Cultura Organizacional			2. Se necesita urgentemente realizar una planificación estratégica ya que actualmente se vieron en los resultados los objetivos en general de la empresa no se realizan en conjunto con toda la gerencia de Unotrans, así mismo tampoco se realiza POA, y no se le da un correcto seguimiento de las KPIS, al implementar planificación estratégica, beneficiará a la empresa en generar mayor rentabilidad, mejorar el rendimiento laboral, dará dirección y enfoque a los equipos. La planificación estratégica es un proceso continuo que requiere adaptación constante a medida que la empresa evoluciona y cambian las condiciones del mercado.		2. Establecer una dirección clara y efectiva para la empresa, alineando sus recursos, operaciones y estrategias con el propósito de lograr un crecimiento sostenible, una mayor competitividad en el mercado y la satisfacción de clientes y socios comerciales.
		3. Implementar marketing en la empresa para el cumplimiento de objetivos estratégicos.					3. Al realizar las encuestas se observaron que el posicionamiento de la empresa esta excelente condiciones, sin embargo donde observamos oportunidad mejora es en la parte interna de la empresa es en la cultura organizacional por lo que optamos a brindar atención a esto este punto y generar planteamiento de propuestas a esta área.		3. Mejorar la cultura organización mediante la realización de planteamientos propuestos para que la empresa las implemente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Campo Elías López-Rodríguez/ Sindy Dayana Pardo-Rincón. *Vista del Transporte de Carga terrestre en el comercio internacional. análisis comparativo Entre Bogotá, Colombia y santa cruz de la sierra, Bolivia*. Available at:

<https://revistas.unal.edu.co/index.php/ede/article/view/75022/71998>

- *Exportaciones: principales países exportadores a nivel mundial* | Statista. (s.f.). Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/635356/principales-paises-exportadores-a-nivel-mundial-en/> (Accessed: 02 August 2023).

- *Observatorio de Complejidad Económica*. (s.f.). The Observatory of Economic Complexity. <https://oec.world/es/profile/country/chn> (Accessed: 02 August 2023).

- *Observatorio de Complejidad Económica*. (s.f.-b). The Observatory of Economic Complexity. <https://oec.world/es/profile/country/kor> (Accessed: 02 August 2023).

- *¿Cuáles son los países que más exportadores?* | Oftex. (s.f.). Oftex Empresa Consultora de Exportación. <https://www.oftex.es/cuales-paises-mas-exportan/>.

- *Observatorio de Complejidad Económica*. (s.f.-b). The Observatory of Economic Complexity. <https://oec.world/es/profile/country/ind> (Accessed: 03 August 2023).

- *Observatorio de Complejidad Económica*. (s.f.-c). The Observatory of Economic Complexity. <https://oec.world/es/profile/country/jpn> (Accessed: 03 August 2023).

- *Observatorio de Complejidad Económica*. (s.f.-b). The Observatory of Economic Complexity. <https://oec.world/es/profile/country/fra> (Accessed: 03 August 2023).

- *Italia (ITA) Exports, Imports, and Trade Partners* | *Observatorio de Complejidad Económica*. (s.f.). The Observatory of Economic Complexity. <https://oec.world/es/profile/country/ita> (Accessed: 03 August 2023).

- *Observatorio de Complejidad Económica*. (s.f.-c). The Observatory of Economic Complexity. <https://oec.world/es/profile/country/gbr> (Accessed: 03 August 2023).

- *Infografía: ¿Cuáles son los productos que más exporta Latinoamérica?* (s.f.). Statista Daily Data. <https://es.statista.com/grafico/27483/principal-producto-exportado-por-pais-latinoamericano/> (Accessed: 03 August 2023).

- *Brasil (BRA) Exports, Imports, and Trade Partners | Observatorio de Complejidad Económica*. (s.f.). The Observatory of Economic Complexity. <https://oec.world/es/profile/country/bra>. Recuperado el 4 de agosto de 2023

- *México (MEX) Exports, Imports, and Trade Partners | Observatorio de Complejidad Económica*. (s.f.). The Observatory of Economic Complexity. <https://oec.world/es/profile/country/mex> Recuperado el 4 de agosto de 2023

- *Observatorio de Complejidad Económica*. (s.f.-b). The Observatory of Economic Complexity. <https://oec.world/es/profile/country/cri>. Recuperado el 4 de agosto de 2023,

- *Vista de Estudio del panorama de transporte marítimo centroamericano en la era posterior al Canal de Panamá | Ibero-América Studies*. (s.f.). Ibero-América Studies. <https://www.iberiamerica.org/index.php/p/article/view/30/30> Recuperado el 4 de agosto de 2023.

- Economista, E. (2022, enero 18). *Honduras culmina la construcción del Canal Seco*. El Economista. <https://www.economista.net/actualidad/Honduras-culmina-la-construccion-del-Canal-Seco-20220118-0003.html>

- *¿Qué es un KPI, para qué sirve y ejemplos de KPIs?* (2021, 27 de abril). ISDI Digital Talent. <https://www.isdi.education/es/blog/que-es-un-kpi-y-para-que-sirve> Recuperado el 5 de agosto de 2023

- *Planificación | Economipedia*. (s.f.). Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/planificacion.html> Westreicher, G. (2020, agosto 25).

- *Posicionamiento - Definición, qué es y concepto | Economipedia.* (s.f.). Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/posicionamiento.html> Galán, J. S. (2017, agosto 4).

- *Indicadores de calidad: qué son y los 7 principales.* (s.f.). Blog | Checklist Fácil. <https://blog-es.checklistfacil.com/indicadores-de-calidad/Zambelli>, R. (2022, junio 24)

- *¿Qué es un sistema de gestión y para qué sirve?* (s.f.). Ekon. <https://www.ekon.es/blog/sistemas-de-gestion-integral-para-el-funcionamiento-optimo-de-la-empresa/> Ekon, E. (2021, julio 28).

- *Administración del tiempo ▷ Qué Es, ejemplos 【2023】*, *Guía del Empresario.* Available at: <https://guiadelempresario.com/administracion/productividad/administracion-del-tiempo/> (Accessed: 04 August 2023). Suarez, M. and Pablo, J. (2023)

- *Estadísticas de Tránsito.* (2022, mayo 6). Portal logístico de Panamá - Plataforma cubre todos los principales activos logísticos de Panamá, como el canal, los puertos marítimos, los aeropuertos, las carreteras, las zonas económicas especiales y las zonas francas, junto con un amplio espectro de servicios logísticos; Portal logístico de Panamá. <https://logistics.gatech.pa/plataforma-logistica/activos-logisticos/canal-de-panama/caracteristicas-principales-del-canal-de-panama/estadisticas-de-transito/>

- *¿Qué es comercio internacional?* Comercio y Aduanas; INCEA. <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/que-es-comercio-internacional/> Ceballos, A. (2022, abril 22)

-Limón Villegas, E. S., Tecnológico Nacional de México/ITJMMPYH., y Universidad de Guadalajara Universidad de Colima, & González García, J. (2023). El RCEP como nuevo eje del comercio internacional: Análisis y perspectivas. *Análisis económico*, 38(98), 47–68. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2023v38n98/limon>.

-*FedEx / System Down*. (s.f.). FedEx | System Down. <https://www.fedex.com/es-es/about/company-info/history.html>. Recuperado el 8 de agosto de 2023, de

-*UPS y los Teamsters llegan a un acuerdo en las negociaciones laborales*. (s.f.). About UPS-US. <https://about.ups.com/us/es/newsroom/press-releases/people-led/ups-teamsters-reach-agreement-in-labor-negotiations.html> Recuperado el 8 de agosto de 2023, de

-*Administración del tiempo / Economipedia*. (s.f.) Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/administracion-del-tiempo.html> Galán, J. S. (2021, agosto 5).

-*Gestión por procesos: importancia y roles clave / UNIR*. (s.f.-b). UNIR. <https://www.unir.net/empresa/revista/gestion-por-procesos/Vive>. (2023, febrero 23).

Gestión por procesos. (2023, noviembre 12). Software ISO; ISOTools. <https://www.isotools.us/soluciones/gobierno-corporativo/gestion-por-procesos/>

Planificación estratégica para empresas [2023] • Asana. (s.f.). Asana. <https://asana.com/es/resources/strategic-planning> Martins, J. (2023, febrero 3

-(s.f.). Universidad de Jaén. <https://www4.ujaen.es/~emurgado/tema3.pdf>, Recuperado el 10 de agosto de 2023, de <https://www4.ujaen.es/~emurgado/tema3.pdf>

Morales, F. C. (2020, septiembre 7). *Mezcla de mercadotecnia*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/mezcla-de-mercadotecnia.html>

De Mercadotecnia, C. (s/f). Edu.ec. Recuperado el 12 de agosto de 2023, de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/6073/1/T-ULVR-4942.pdf>

Cultura Organizacional, elemento clave para el éxito del desempeño profesional de un estudiante de Administración de Empresas. (s/f). Lamjol.info. Recuperado el 5 de

octubre de 2023, de

<https://www.lamjol.info/index.php/multiensayos/article/download/9485/10851>

-Empresariales, D. en C. (s/f). *10 maneras simples de mejorar la cultura organizacional en tu empresa*. Edu.mx. Recuperado el 5 de octubre de 2023, de <https://blog.up.edu.mx/10-maneras-simples-de-mejorar-la-cultura-organizacional-en-tu-empresa>

-Westreicher, G. (2020, agosto 2). *Proceso*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/proceso.html>

Londoño, P. (2023, mayo 29). *Introducción al marketing: qué es, para qué sirve, tipos y guía*. Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/marketing/introduccion-al-marketing>

Cultura organizativa: por qué es tan importante para las empresas. (s/f). Becas-santander.com. Recuperado el 19 de agosto de 2023, de <https://www.becas-santander.com/es/blog/cultura-organizativa.html>

¿Qué es el enfoque mixto? (s/f). Unitec.edu. Recuperado el 19 de agosto de 2023, de <https://uv.unitec.edu/TallerdemetodologiadelainvestigacionINV201/lectura/S102/2/>

Ramos-Galarza, C. A. (2020). Alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1–6. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>

Padilla, J. (2021, noviembre 4). *¿Qué es un estudio transversal? La Mente es Maravillosa*. <https://lamenteesmaravillosa.com/estudio-transversal/>

Godoy, F. (2022, septiembre 15). *¿Descubre las mejores técnicas de investigación para tu proyecto!* Tesis y Másters Colombia. <https://tesisymasters.com.co/tecnicas-de-investigacion/>

¿Qué es una encuesta? (s/f). Questionpro.com. Recuperado el 3 de septiembre de 2023, de <https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>.

Morales, F. C. (2021, febrero 17). *Fuente primaria*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/fuente-primaria.html>

-(S/f). Udemy.com. 4 de octubre de 2023, de <https://www.udemy.com/course/curso-profesional-de-excel/#reviews>

-Crehana. (s/f). *Curso de resolución de problemas complejos (Hernan Del Collado)*. Crehana.

- 4 de octubre de 2023, de <https://www.crehana.com/cursos-online-liderazgo/resolucion-de-problemas-complejos/>

-*Curso de liderazgo*. (s/f). Edutin.com. 4 de octubre de 2023, de <https://edutin.com/curso-de-liderazgo-4426>

-Euroinnova Business School. (2023, julio 13). *Curso práctico toma de decisiones*. Euroinnova Business School. <https://www.euroinnova.hn/curso-toma-decisiones>

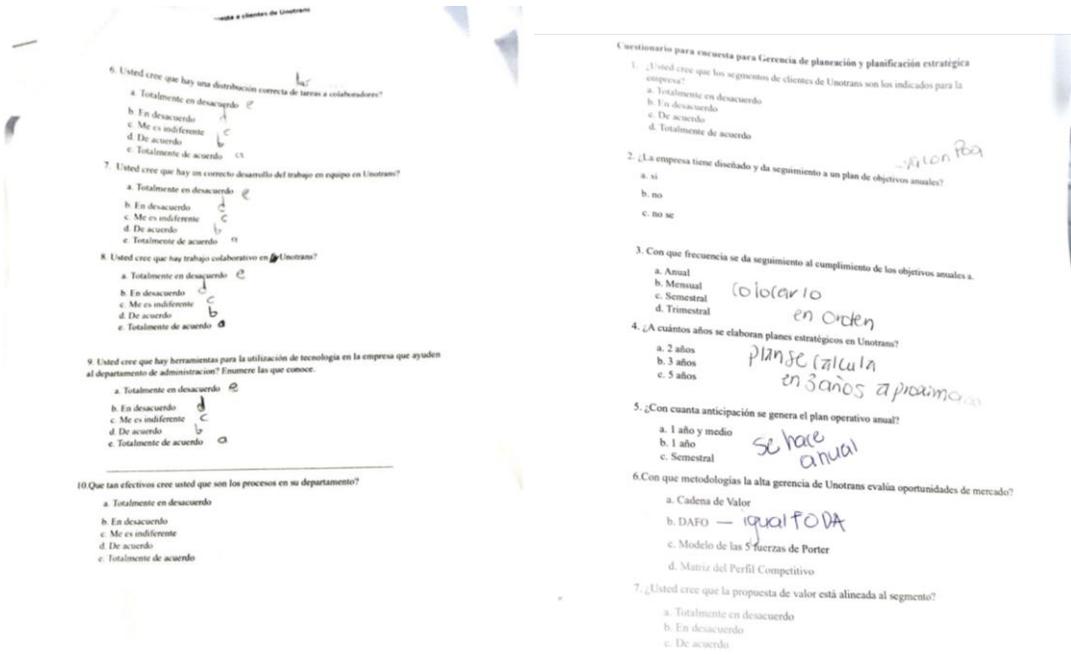
--*Curso de Toma de decisiones*. (s/f). Adrformacion.com. 4 de octubre de 2023, de <https://www.adrformacion.com/cursos/decidir2/decidir2.html>

-*Curso de atención al cliente*. (s/f). Edutin.com. 4 de octubre de 2023, de <https://edutin.com/curso-de-atencion-al-cliente-4261>

ANEXOS

Cuestionario para encuesta del departamento de Administración en Unotrans S.A.

1. ¿Qué tan bien conoce y maneja las actividades a desarrollar en su puesto de trabajo?
a. Perfectamente *que bien*
b. Muy bien
c. Normal
d. Regular
e. No muy bien.
2. ¿Conoce que es un proceso y qué con lleva a realizarlo?
a. Totalmente en desacuerdo *tot de acuerdo*
b. En desacuerdo *de acuerdo*
c. Me es indiferente *Indiferente*
d. De acuerdo *Indiferente*
e. Totalmente de acuerdo *Totalmente en desacuerdo*
3. ¿Usted cree que existe un flujo de trabajo previamente definido en Unotrans?
a. Totalmente en desacuerdo *Totalmente de acuerdo*
b. En desacuerdo *de acuerdo*
c. Me es indiferente *Indiferente*
d. De acuerdo *En desacuerdo*
e. Totalmente de acuerdo *Totalmente en desacuerdo*
4. Conoce que interacciones tiene su puesto de trabajo con otros procesos de la empresa?
a. Totalmente en desacuerdo *e*
b. En desacuerdo *d*
c. Me es indiferente *c*
d. De acuerdo *b*
e. Totalmente de acuerdo *a*
5. Conoce cuales son los tiempos y restricciones para la implementación de un proceso?
a. Totalmente en desacuerdo *e*
b. En desacuerdo *d*
c. Me es indiferente *c*
d. De acuerdo *b*
e. Totalmente de acuerdo *a*



Encuesta dirigida al Departamento de Administración de Unotrans S.A

En la presente encuesta se realizara a todos los colaboradores del departamento de Administración en Unotrans S.A.

1. Que tan bien conoce y maneja las actividades a desarrollar en su puesto de trabajo?

*

- Perfectamente
- Muy bien
- Normal
- Regular
- No muy bien

2. Conoce que es un proceso y que conlleva a realizarlo?

*

- Perfectamente
- Muy bien
- Normal
- Regular
- No muy bien

3. Usted cree que existe un flujo de trabajo previamente definido en su puesto trabajo? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Me es indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

4. Conoce que interacciones tiene su puesto de trabajo con otros procesos de la empresa? *

- Perfectamento
- Muy bien
- Normal
- Regular
- No muy bien

5. Conoce cuales son los tiempos y restricciones para la implementación de un proceso? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Me es indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

6. Usted cree que hay una distribución correcta de las tareas a los colaboradores? *

- Totalmente en deacuerdo
- Deacuerdo
- Me es indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

7. Usted cree que hay un correcto desarrollo del trabajo en equipo de Unotrans? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Me es indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente de acuerdo

8. Usted cree que hay trabajo colaborativo en Unotrans? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Me es indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

9. Usted cree que Unotrans cuenta con las herramientas necesarias para la utilización de tecnología que ayude eficientemente al departamento de administración? Enumere las que conoce *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Me es indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

11. ¿Qué tan efectivos cree usted que son los procesos en su departamento?

*

- Totalmente efectivos
- Efectivos
- Normales
- Inefectivos
- Totalmente inefectivo

12. ¿Tiene alguna sugerencia para mejorar su departamento? *

- Identificar adecuadamente los procesos a mejorar
- Utilizar metodologías y herramientas adecuadas
- Realizar reuniones periódicas
- Mencione otras

13. ¿Considera usted que hay oportunidad de mejora en los procesos que actualmente ejecuta? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Me es indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

14. ¿En qué áreas cree usted que Uno trans tiene oportunidad de mejora? *

- Tiempos de repuesta
- Sincronización de actividades entre departamentos
- Comunicacion
- Trabajo en equipo

15. ¿En qué áreas cree que usted necesita mejorar? *

Manejo de las emociones

Manejo del tiempo

Comunicación

Servicio al cliente

16. ¿Qué podría hacer tu jefe directo para ayudarte a tener éxito en tu trabajo? *

Confiar siempre en sus empleados

La ayuda permanente a sus empleados a resolver todos aquellos conflictos que se salen de sus manos

Escuchar de forma efectiva y atenta

Comunicación clara

Encuesta para Gerencia de Unotrans para Planificación estratégica y Cultura Organizacional

En la presente encuesta sera aplicada para la gerencia de Unotrans

1. 1. ¿Considera que los segmentos de los clientes en Unotrans son los indicados para la empresa? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2. ¿La empresa tiene diseñado y da seguimiento a un plan operativo anual (POA)? *

- Si
- No se
- No

3. ¿Con que frecuencia se les da seguimiento a los objetivos anuales de la empresa para su debido cumplimiento? *

- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual
- No se hace seguimiento

4. A cuántos años se elaboran planes estratégicos de Unotrans? *

2 años

3 años

5 años

Nose

5. ¿Con cuanta anticipación se genera el plan operativo anual del siguiente año? *

Con 3 meses de anticipacion

Con 2 meses de anticipación

Con 1 mes de anticipacion

No se

6. ¿Con qué metodologías la alta gerencia de Unotrans evalúa oportunidades de mercado? *

- Cadena de valor
- FODA
- Modelo de las 5 fuerzas Porter
- Matriz de perfil competitivo
- Otros

7. ¿Usted cree que la propuesta de valor esta alineada al segmento de mercado? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

8. ¿Cada cuanto se revisa de forma constante la competencia y la industria de Uno trans? *

- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual
- No estoy seguro
- No se hace

9. ¿Cada cuanto se realiza el análisis de entorno de Unotrans? *

- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual
- No estoy seguro

- No se hace

10. ¿La visión de Unotrans toma en cuenta los actores, sociedad, clientes, proveedores? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Me es indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

11. ¿La estrategia de Unotrans va enlazada con la visión y cultura organizacional? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Me es indiferente

- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

12. ¿Celebra la organización el éxito de los empleados? *

- Siempre
- Casi siempre
- En ocasiones
- Casi Nunca
- Nunca

13. ¿Motivan los gerentes al equipo si no han logrado alcanzar alguna meta? *

- Siempre
- Casi siempre

- En ocasiones
- Casi Nunca
- Nunca

14. ¿Es el empleado de Unotrans recompensado incentivamente, por su contribución excepcional? *

- Siempre
- Casi siempre
- En ocasiones
- Casi nunca
- Nunca

15. ¿Cada cuanto se realizan actividades recreativas Unotrans?

- 1 vez al mes
- Cada 3 meses
- Cada 6 meses
- No se realizan

Encuesta para clientes de UNOTRANS S.A

En la presente encuesta se realizara una serie de preguntas acerca del servicio y posicionamiento de Unotrans S.A.

1. 1. ¿Cómo se siente con respecto al servicio recibido por parte de UNOTRANS? *

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Neutral
- Insatisfecho
- Totalmente insastifecho

2. 1. ¿Estaría usted dispuesto a recomendarnos ampliamente con otros clientes? *

- Absolutamente de acuerdo

- De acuerdo
- Indiferente
- No estoy de acuerdo
- Totalmente en desacuerdo

3. 1. ¿Los servicios que UNOTRANS le brinda cumplen con sus necesidades? *

- Siempre
- Casi siempre
- En ocasiones
- Casi nunca
- Nunca

4. ¿Como conoció el servicio de Unotrans? *

- Se contactaron directamente con usted
- Recomendación de Familiar/Amigo/Colega
- Redes Sociales
- Otros

5. ¿Por cuál medio de comunicación usted desearía recibir información de UNOTRANS? *

- Redes Sociales
- Correo Electronico
- Sitio Web
- Otros

6.Cuál sería la medio de su preferencia para recibir información de UNOTRANS? *

- Whatsapp
- Facebook
- Instagram
- Linke id
- Telegram
- correo electronico
- llamada

7. ¿Con que frecuencia ha considerado cambiarse a la competencia? *

- Nada frecuente
- Poco frecuente
- Me es indiferente
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

8. ¿Cree que es importante para UNOTRANS hacer publicidad? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Me es indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

9. ¿Cree que el tiempo de respuesta de UNOTRANS es el adecuado? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Me es indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

10. 1. ¿Qué promoción le gustaría que UNOTRANS tuviera? *

- Descuento por numero de embarques concretados al mes.
- Descuentos en cargas mínimas de Miami por numero de volumen al mes
- Descuento por realización de aduana, seguro y embarque
- Otros

The screenshot shows the Udemy website interface. At the top, there is a search bar with the text 'Buscar cualquier cosa' and navigation links for 'Udemy Business', 'Enseña en Udemy', 'Iniciar sesión', and 'Regístrate'. The main content area features a course titled 'Curso Profesional de Excel' with a rating of 4.9 stars and 16 reviews. The course is created by 'Mundo Online Capacitación' and was last updated in 2/2021. The price is listed as 14,99 US\$ (25% discount from 19,99 US\$). A purple button 'Añadir a la cesta' and a white button 'Comprar ahora' are visible. Below the course details, there is a section 'Lo que aprenderás' with two bullet points: 'Excel Básico, Excel Medio y Excel Avanzado' and 'Tablas dinámicas, macros, fórmulas, dashboard's, programación, PowerPivot, PowerView, PowerMap'. A 'Garantía de reembolso de 30 días' is also mentioned.

Curso online de Resolución de problemas complejos

En este curso online aprenderás técnicas para la resolución de problemas complejos. Analizarás problemas para encontrar oportunidades de mejora.



Hernan Del Collado

Gerente Regional en Mejora Continua en Despegar.com

Más vendidos



1749 Estudiantes



4.81

(139)

Actualizado el 09/2021

¿Qué aprenderás en este curso online de resolución de problemas?



Edutin Academy

Cursos gratis ▾

Sobre nosotros ▾

Certificados

Acceder

Crear



Acceso sólo a este curso

US\$19.99

Acceso a todos los cursos

US\$65 **49% Dto.**

Con tu **membresía**, obtén acceso a todo nuestro catálogo y beneficios exclusivos

Curso de liderazgo

En este curso de liderazgo aprenderás una serie de técnicas y estrategias para influenciar en otros sujetos, en miras de lograr un objetivo en común. Es fácil de aprender y solo se requiere tener conocimientos elementales.

★★★★★ 4.8 opiniones



18.522 estudiantes



Curso gratis



Crear cuenta gratis

*Accede a este y a más de 6.000 cursos gratis



Modalidad 100% virtual

El contenido está disponible las 24 horas del día para que puedas estudiar en tu propio horario.



Certificado internacional

Al finalizar el Curso de liderazgo puedes obtener un certificado de estudios, con validez internacional. [Ver más](#)

Menú

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Curso en: Honduras

[Solicitar información](#) [Identificarse](#)

Euroinnova | Business Management | Cursos

Curso práctico toma de decisiones

CURSO PRÁCTICO TOMA DE DECISIONES: Curso Práctico: Toma de Decisiones

★★★★☆

[Programa PDF](#) [Matricularme](#)

Conócenos mejor

Becas Fundación Euroinnova: Avanza en Formación, vence en Igualdad. [SOLICITA BECA AVANZA](#) [¡Aplicar ahora!](#)

Inscríbete cuanto antes en nuestro Curso Práctico Toma de Decisiones y obtén tu Titulación expedida por Euroinnova International Online Education

- Modalidad Online
- Duración - Créditos 30 horas
- Becas y Financiación sin intereses
- Equipo Docente Especializado
- Acompañamiento Personalizado

1614 HNL

Cómodos plazos sin intereses • Envío gratis

Este curso incluye:

- 3 vídeos
- ✓ Acceso para siempre para consultar tu curso
- ✓ Acceso dispositivos móviles, TV y APP

innovapay

Simulador de cuotas, selección número de cuotas:

2 PLAZOS ▼ **807 HNL / mes**

¿Tiene? **4.61** Excelente
Llámanos! **05u LUV** Protección al Comprador

[Contáctanos](#)

¡Conversa con nosotros!
[Deja tu mensaje](#)

Te llamamos! **807 061 329**

Curso de atención al cliente

En este curso de atención al cliente aprenderás a los fundamentos teóricos y pragmáticos de la atención y el servicio efectivo hacia los clientes, con el fin de brindar soluciones frente a sus consultas, reclamos, pedidos, inquietudes o quejas. Es fácil de aprender y solo se requiere tener conocimientos elementales.

★★★★☆ 4.7 [opiniones](#) 53.111 estudiantes Curso gratis



[Crear cuenta gratis](#)

*Accede a este y a más de 6.000 cursos gratis

Modalidad 100% virtual

El contenido está disponible las 24 horas del día para que puedas estudiar en tu propio horario.

Certificado internacional

Al finalizar el Curso de atención al cliente puedes obtener un certificado de estudios, con validez internacional. [Ver más](#)