



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

**PROGRAMA DE LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**MEJORA EN EL PROCESO OPERATIVO DEL ÁREA
DE ATENCIÓN AL CLIENTE, APLICANDO EL
SISTEMA TRACKING, EN LA EMPRESA AIROCEAN
CARGO SAC**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

Maguiña Ramírez, Ada Cristina

Márquez Velásquez, Sofía Herminia

Ugaz Pariona, Josué Smith Francisco

Zamora Vásquez, Ycela

**PARA OPTAR LA LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Lima, enero 2016

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	4
CAPÍTULO I : MARCO TEÓRICO	9
1.1 Proceso Operativo	9
1.1.1 Definición	9
1.1.2 Factores.....	10
1.1.3 Ficha o formato.....	11
1.2. Agencia de Carga.....	12
1.2.1 Definición	12
1.2.2 Flujo de proceso	14
1.2.3 Estructura.....	14
1.3 Área Customer Service (Atención al cliente).....	15
1.3.1 Definición	15
1.3.2. Funciones en una agencia de carga.....	16
CAPÍTULO II : PROBLEMÁTICA	17
2.1 Descripción de la empresa.....	17
2.2 Área de atención al cliente.....	17
2.2.1 Contexto del problema.....	17
2.2.2 Flujograma actual	19
2.2.3 Causas del problema.....	19
2.2.4 Consecuencias del problema	21
2.3 Stakeholders	21
2.3.1 Clientes externos	22
2.3.2 Clientes internos	22
2.4 Supuestos	23
CAPÍTULO III : SOLUCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	24
3.1 Propuesta de solución.....	24

3.1.1 Sistema tracking	24
3.1.2 Beneficios al implementar el Sistema Tracking	26
3.1.3 Comparación con otra empresa del mismo rubro	29
3.1.4 Flujograma propuesto	31
3.1.5 Costo de Implementación	31
3.1.6 Actividades de implementación	31
3.1.6.1 Programa de capacitación	31
3.1.6.2 Plan estratégico y de acción para el usuario final	32
CONCLUSIONES:	35
RECOMENDACIONES:	36
BIBLIOGRAFÍA	37
ANEXOS	39

INTRODUCCIÓN

El agente de carga Airocean Cargo S.A.C. es un operador logístico, gestor de las labores del transporte internacional de mercancías, en los regímenes de importación y exportación. Nos atreveríamos a afirmar que esa es su naturaleza, coordinar el transporte de las mercancías. Es un profesional que está en capacidad de indicar a sus clientes – es decir, remitente o destinatario de las mercancías – cuál es el mejor modo de transporte para sus propósitos particulares, cual es la mejor manera de llevar las mercancías a su destino.

Esa es la función típica del agente de carga, ofrecer al cliente alternativas, asesorarlo, informar cómo puede transportar sus mercancías y gestionar la operación de transporte en su nombre. En la investigación denominada “Mejora en el proceso operativo del área de atención al cliente, aplicando el sistema tracking en la empresa Airocean Cargo S.A.C”, buscamos conocer el tiempo que demanda responder las consultas de los clientes en relación a sus embarques, ya sea por teléfono, correo electrónico o de forma presencial.

El tiempo promedio de respuesta a las consultas es de 8 minutos, ya que solo existe una (1) persona encargada en brindar este servicio. Tenemos como Hipótesis: “Implementar una herramienta de seguimiento de embarques, reducirá las consultas en el área de atención al cliente”, con ello buscamos agilizar las consultas de información, satisfacción de cliente y sobre todo generar valor agregado en la organización.

La utilización de herramientas tecnológicas, se ha convertido en el lenguaje de comunicación en las grandes empresas que van acorde con la modernización e innovación en el sector de comercio exterior. Con este beneficio las organizaciones brindan información a sus clientes en tiempo real y en el lugar donde se encuentran. Por ello, tenemos como objetivo elaborar una herramienta tecnológica que ayude a mejorar el servicio de información de los embarques para satisfacción de los clientes.

El sistema Sispac, despachadores con dispositivos móviles, personal del área operativa y atención al cliente, ayudaran al sistema tracking a gestionar la información en la web de la

organización. Esta herramienta, presentará ventajas únicas en el sector de comercio exterior, una de ellas es la obtención de reportes personalizados en formatos Word, Excel y Pdf y la obtención de información de una carga en tiempo real con la colaboración de los despachadores quienes levantarán esta información logrando así un sistema integrado entre el sistema Sispac, tracking, despachadores con dispositivos móviles modernos y el portal web de la empresa

Actualmente, no se han realizado investigaciones del uso de la herramienta tracking en relación al mejoramiento del área de atención al cliente en una agencia de carga, podemos encontrar en la literatura investigaciones de Oswaldo Clemente Pelaes León titulado “Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos” donde menciona que la relación si existe entre ambas.

Para ello, seleccionaron a un grupo de 200 colaboradores de la empresa Telefónica del Perú, la cual se desarrolló una escala de clima organizacional y un cuestionario de satisfacción a sus respectivos clientes. Por otro lado, en la investigación de Cristy Medalit Gil Camacho, bajo el título “Efecto de la aplicación de un programa de motivación al recurso humano y su relación con el grado de satisfacción del cliente externo en el laboratorio clínico ROE – sede central San Isidro-2009” menciona la importancia del área de atención al cliente en una organización, para ello consideran que primero debe estar motivado el personal para que exista una satisfacción del cliente externo en relación al servicio que brindan.

Nuestra propuesta es implementar la herramienta tracking la cual otorgará eficiencia al área de atención al cliente y permitirá manejar información dentro de la empresa, de tal manera que optimizará los servicios y apoyará el crecimiento de la misma. Asimismo, ayudará a mejorar la calidad de servicio, ya que como mencionamos anteriormente, facilitará información al usuario final de sus embarques en tiempo real; trascendente diferencia que refleja ante otras empresas. El sistema tracking tiene una perspectiva a la realización de un aplicativo de ingreso al tracking a través del celular de los clientes, facilitándoles un usuario y contraseña.

La investigación se justifica porque consideramos que la implementación de esta herramienta, ayudará a los operadores de comercio exterior agilizar el desarrollo de sus actividades, ya que cuenta con valor agregado comparado al sistema de rastreo utilizado actualmente. Es fundamental mencionar que en el mercado no existe una herramienta de tracking completa como demostraremos más adelante.

Sabemos que nos enfrentaremos al reto de encontrar al personal idóneo que llene las expectativas, necesidades y requerimientos. Por otro lado, identificar al proveedor que desarrolle el servicio tracking propuesto. Adicionalmente, creemos que los supuestos planteados no son obstáculos para definir una serie de acciones que pueden tener resultados positivos en un periodo de mediano plazo, utilizaremos las herramientas ya existentes en la empresa para poder solucionarlo y además las dificultades que se han presentado hasta la fecha no han generado un problema que desencadene otros problemas mayores.

TEMA

Mejora en el proceso operativo del área de atención al cliente, aplicando el sistema tracking, en la empresa Airocean Cargo SAC.

PROBLEMA

¿Cómo podría el área de atención al cliente, de la empresa Airocean Cargo, disminuir el tiempo de consultas de seguimiento de embarques?

DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

Los clientes manifiestan constantes consultas del estado de sus embarques, lo cual el área de atención al cliente no se abastece para responder las solicitudes ya sea por correo electrónico, llamada telefónica o de forma presencial. El tiempo que demanda la atención es aproximadamente 8 minutos por consulta.

HIPOTESIS

“Implementar una herramienta de seguimiento de embarques, reducirá las consultas en el área de atención al cliente”,

OBJETIVO

Elaborar una herramienta tecnológica que ayude a mejorar el servicio de información de los embarques para satisfacción de los clientes.

FUNDAMENTOS

Nuestra propuesta es formular la herramienta tracking la cual otorgará eficiencia al área de atención al cliente y permitirá manejar información dentro de la empresa, de tal manera que optimizará los servicios y apoyará el crecimiento de la misma. Asimismo, ayudará a mejorar la calidad de servicio, facilitando información al usuario final de sus embarques en tiempo real; trascendente diferencia que refleja ante otras empresas.

La investigación se justifica porque consideramos que la implementación de esta herramienta, ayudará a los operadores de comercio exterior agilizar el desarrollo de sus actividades, ya que cuenta con valor agregado comparado al sistema de rastreo utilizado actualmente. En el mercado no existe una herramienta de tracking completa.

CAPÍTULO I : MARCO TEÓRICO

1.1 Proceso Operativo

1.1.1 Definición

Las organizaciones empresariales, desde un inicio, plantean diversos procesos para el funcionamiento de las áreas, con el objetivo de sistematizar las actividades para el desarrollo y buen funcionamiento de la organización. Se define que el proceso es:

“Conjunto de actividades que, con un input recibido, es capaz de crear un producto de valor para el cliente. Dichas actividades están relacionadas unas con otras e integradas de manera coherente y terminan con la entrega de un producto o servicio. Por tanto, los departamentos funcionales no constituyen un proceso, aunque realizan una misma tarea que alimenta a varios procesos. No es por tanto, un análisis de tareas.” (Alarcón 1998:16)

Otra definición considera que es “una serie de tareas de valor agregado que se vinculan entre sí para transformar un insumo en un producto (mercadería o servicio).”(Chang 1996:8). La importancia de entregar un producto de valor a los clientes nos hace concluir de estas definiciones que las actividades deben ser secuenciales, relacionadas y organizadas entre sí, debiendo cumplir etapas para optimizar costos y a la vez satisfacer las necesidades de los clientes. Por otro lado, los elementos del proceso son tres (3):

Input, entrada principal, es la salida de otro proceso, normalmente precedente de la cadena de valor o de un proceso del proveedor o del cliente.

Proceso, hace referencia a la transformación de todos los input ingresados.

Output, salida, entrega del producto final al cliente.

Es necesario considerar los límites del proceso para poder delegar responsabilidades en el personal de la organización, ya que dependerá de ellos que se cumpla el proceso del input al output, teniendo como resultado un producto o servicio de calidad para el cliente. Este proceso debe estar fuera de acciones indebidas, consecuencias mal intencionadas que afecte al proceso.

1.1.2 Factores

Dentro de todo proceso, existen factores que ayudan obtener el producto o servicio final. Pérez Fernández lo reafirma en su libro gestión de procesos, donde identifica 5:

Personas: Un responsable y los miembros del equipo de proceso, todas ellas con los conocimientos, habilidades y actitudes (competencias) adecuados. La contratación, integración y desarrollo de las personas la proporciona el proceso de Gestión de personal.

Materiales: Materias primas o semielaboradas, información (muy importante especialmente en los procesos de servicios) con las características adecuadas para su uso. Los materiales suelen ser proporcionados por el proceso de compras.

Recursos físicos: Instalaciones, maquinaria, utillajes, hardware, software que han de estar siempre en adecuadas condiciones de uso. Aquí nos referimos al producto de Gestión de Proveedores de bienes de inversión y al proceso de Mantenimiento de Infraestructura.

Métodos/Planificación del proceso: Método de trabajo, procedimiento, hoja de proceso, gama, instrucción técnica, instrucción de trabajo, etc. Es la descripción de la forma de utilizar los recursos, quién hace qué, cuándo y ocasionalmente el cómo

Medio ambiente o entorno en el que se lleva a cabo el proceso. (Pérez Fernández 2010:57)

Concluimos que son factores claves que crear sinergia perfecta, los responsables, materia prima, maquinarias, procedimiento a emplearse y el desarrollar adecuadamente el proceso.

Cabe mencionar la importancia de definir el tiempo necesario para que estos elementos concluyan sus etapas ordenadamente y obtener los resultados propuestos.

1.1.3 Ficha o formato

La ficha de proceso consiste en la programación de actividades, que será registrada en un formulario. Usaremos, como uno de los mejores, la ficha de caracterización diseñada por Fontalvo y Vergara, ya que consideramos ideal para el apoyo del mejoramiento continuo de procesos y, por consiguiente, del sistema de gestión de la calidad de las empresas de servicios.

Figura N° 1: Ficha de un proceso operativo

Logo aquí		FICHA DE CARACTERIZACIÓN				Código
Empresa ...	NOMBRE DEL PROCESO	PROCESO			Edición:	
Objetivo:	Aquí se explica el objeto y la intencionalidad del proceso correspondiente					Fecha:
						Página:
PROVEEDOR	ENTRADA	ACTIVIDADES	SALIDAS	DOCUMENTOS REQUERIDOS	CLIENTE	PARÁMETRO DE CONTROL
LOGO Y NOMBRE DE LA EMPRESA		Las diferentes actividades para ejecutar con éxito el proceso.				La edición expresa el número de versiones o correcciones que ha tenido el documento.
Responsables:		La(s) persona(s) involucrada(s) con el proceso				
Recursos:		Condiciones Ambientales a Controlar: Determinar el ambiente que se controla			Registros:	
OBSERVACIONES		Requisitos de la norma	Requisitos legales	Requisitos de la organización	Requisitos del cliente	
ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ		Copia Controlada:		
				Copia No Controlada:		

Fuente: Fontalvo y Vergara (2010).

La ficha de caracterización, brinda información detallada desde la entrada hasta el producto final. Si se presentara algunos inconvenientes, este documento servirá para identificar el problema y buscar al responsable del proceso.

1.2. Agencia de Carga

1.2.1 Definición

Es un prestador de servicios especializado en comercio exterior que desarrolla actividades para solucionar, por cuenta de su cliente, todos los problemas implícitos en el flujo físico de las mercancías. Asimismo, resuelve al importador/exportador cualquier problema vinculado con el transporte, consolidación, almacenaje, manejo, embalaje o distribución de productos.

Asimismo, se encarga de los servicios auxiliares y de asesoría involucrados con materia fiscal y aduanal, declaraciones de bienes para propósitos oficiales, aseguramiento de los productos y recolección documentos relacionados con las mercancías.

El agente de carga ofrece soluciones de logística integral de acuerdo a las necesidades de los clientes, sin limitantes en la ubicación geográfica, peso, dimensiones y tipo de productos. A continuación detallamos sus funciones y responsabilidades dentro del comercio exterior:

Buscar las mejores opciones para la selección de los medios de transporte más adecuados según el tipo de carga y su destino.

Coordinar para el cliente: el itinerario más conveniente, el embalaje indicado, la aplicación de las reglas locales e internacionales del comercio exterior, las formalidades del seguro de la carga y del transporte a petición expresa del mismo, los trámites aduaneros en origen y destino.

Planear y organizar la consolidación de diversos envíos de uno o varios clientes obteniendo mejores condiciones económicas.

Efectuar el almacenaje y distribución de la carga, según lo convenido.

Emitir los documentos homologados internacionalmente según sea el caso.

Supervisar la ejecución del transporte y el seguimiento de la carga.

Proporcionar el servicio de puerta a puerta.

Tienen corresponsales en el extranjero a disposición del cliente.

Son representantes de agentes de carga extranjeros en el país

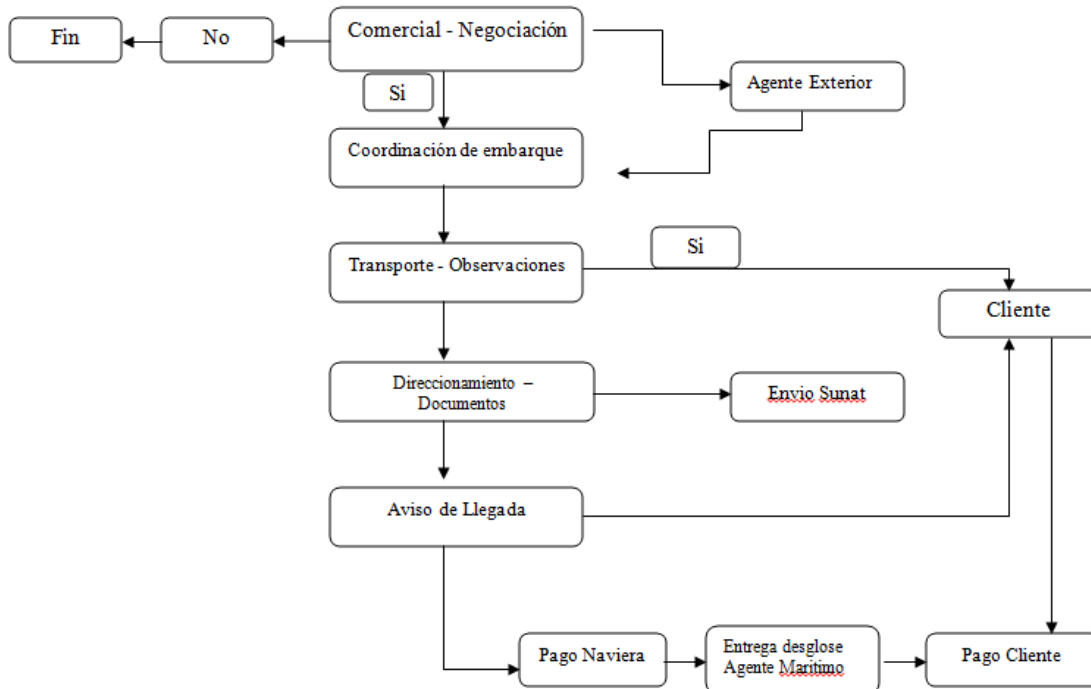
Pueden actuar como operadores de transporte internacional.

Asesoran por sus conocimientos y experiencia en comercio exterior a exportadores e importadores.

Son factores indispensables para el comercio exterior

1.2.2 Flujo de proceso

Figura N° 2: Flujo del proceso operativo en una agencia de carga



Fuente: Elaboración propia.

1.2.3 Estructura

Estas organizaciones están compuestas usualmente por cinco (05) áreas o departamentos entre ellas destacan:

Área Administrativa: Administración, negociaciones, apoyo en Departamentos.

Área Comercial: Cotizaciones, Asesoría en Comercio Exterior, Instrucciones de Embarque.

Área Customer Service (Atención al Cliente): Coordinaciones de ordenes (cargas), seguimiento de embarques, facturación, entrega de BL originales, visto bueno de los BL's.

Área de Operaciones: Transmisión a Aduanas, Avisos de Salida/Llegada, entrega de desglose, solicitud de reservas, instrucciones de embarque, direccionamiento, emisión de BL's.

Área de Finanzas: Evaluación financiera, coordinaciones de pagos.

1.3 Área Customer Service (Atención al cliente)

1.3.1 Definición

En las organizaciones, el área de atención al cliente cumple un rol importante, ya que es la imagen de la empresa. Serán los encargados de brindar información oportuna y precisa demostrando amabilidad y profesionalismo al cliente. Asimismo, el “servicio al cliente no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para la existencia de la empresa y constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso”. (Paz 2005: 1)

Este proceso vincula a la empresa con sus clientes o usuarios a través de múltiples interfaces administradas, e influye significativamente en la calidad del servicio percibida por los mismos. Por otro lado, es un sistema que aplica normas en los distintos procesos y funciones a desarrollar en la organización empresarial, con la finalidad de conseguir mejoras continuas. Las empresas deben conocer los gustos y preferencias de sus clientes para poder crear alguna fidelización con ellos, ya que ayudarán al éxito o fracaso de la organización. En la medida que se pueda consentir o cubrir las necesidades de los clientes, la organización estará creando una ventaja competitiva.

Asimismo, las fuentes de información es una herramienta básica, debido que servirá para orientar a los clientes y mantener la satisfacción frente a las consultas que realizan, evitando malestares de desinformación.

La atención al cliente es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe. Para llevar una política exitosa de atención al cliente, la empresa debe poseer fuentes de información sobre su mercado objetivo y el comportamiento de sus consumidores. El hecho de conocer los orígenes y necesidades de estas expectativas permitirá, posteriormente, convertirlas en demanda. Para determinarlo, se deben realizar encuestas periódicas que permitan identificar los posibles servicios que se van a ofrecer y determinar las estrategias y técnicas que se pueden utilizar. (Pérez 2010: 6)

Cualquier información proveniente de los clientes, serán de gran relevancia para la organización, debido que ayudará a tomar mejores decisiones como: lanzamiento de nuevos productos o servicios, mejorar algún problema, nuevos requerimientos entre otros. Para ello, se necesitará de encuestas de satisfacción o algún buzón de sugerencias.

1.3.2. Funciones en una agencia de carga

Seguimiento de las operaciones de exportación e importación al cliente y agente en el exterior de aquellas cargas cerradas por el área de ventas interna/externo desde el instructivo de embarque hasta la entrega final de la carga al cliente en destino.

Atención al cliente /agente de toda la trazabilidad de la operación. Hacer el costeo de todas las operaciones una vez finalizado el embarque para determinar su rentabilidad.

Entregar soporte de Pricing, negociaciones de precios y cotizaciones con navieras, aerolíneas, empresas de camiones locales para el área de venta interna o externa.

Realizar cotizaciones y su respectivo follow up hasta el cierre.

Emisión de documentos de transporte internacional AWB, BL, CRT.

Coordinación de nacionalización de carga para clientes que requieren servicio door to door.

Asesoramiento en comercio exterior.

CAPÍTULO II : PROBLEMÁTICA

2.1 Descripción de la empresa

Airocean Cargo SAC, es una agencia de carga internacional establecida hace más de 17 años. Están altamente orientados para ser socios estratégicos de los clientes, apoyándolos en todo el transporte internacional (aéreo y marítimo), es decir, comenzando desde la salida de la mercadería hasta el punto de llegada acordado con el cliente. Actualmente la empresa cuenta con 40 colaboradores teniendo como misión ofrecer un servicio confiable y efectivo, asegurando la calidad y cumplir con los estándares más altos de seguridad, minimizando el impacto de nuestras huellas ambientales.

Asimismo, garantiza a los clientes la confianza y garantía de brindar servicios como agente de carga aérea nacional e internacional con profesionales de experiencia en el sector, así como manejo de estándares eficientes exigido por las autoridades peruanas, velando por el desarrollo de calidad y seguridad del transporte en general.

2.2 Área de atención al cliente

2.2.1 Contexto del problema

Durante los años 2014 – 2015, Airocean Cargo ha crecido considerablemente, debido a sus excelentes tarifas y correctos servicios; el gran desempeño de sus colaboradores y su compromiso han sido pilares para este buen resultado. A pesar de obtener buenos logros notamos que existe un área que aún no termina por consolidarse dentro de este eje y

contrario resalta por la recepción de constantes consultas sobre el estado de los embarques, lo cual no son atendidos a tiempo.

Dentro del proceso operativo, el área de atención al cliente recoge información del área operativa quien ingresa información de todos los embarques en ambos regímenes (importación y exportación) a través del sistema SISPAC (Sistema Para Agencias de Carga). Esto servirá para enviar a la SUNAT y cumplir con la Ley General de Aduanas, tal como se muestra en la siguiente imagen

Figura N° 3: Sistema Para Agencias de Carga

SISPAC Sistema Para Agencias de Carga

Orden N° : 093569-000 IMP.DEFINITIVA MARITIMA DEL CALLAO

Fch. Ingreso: 18/09/2015 Imp./Exp. 10 Linea Negocio

Aduana: 118 MBL: HJSCMEX503711200 Detalle:

Tipo Embarque: F Fch. Master: 18/09/2015 (Fch. Embar: 18/09/2015 (

Linea: 5555 HANJIN SHIPPING Port of Loading: MXZLO MANZANILLO, COL-MEXICO

Agte. Marítimo: 5041 TRANSTOTAL Port of Discharge: PECLL CALLAO

Agte. Consolid.: Cut Off: 18/09/2015 ETA Origen: 18/09/2015

O.Agt. del Cons.: ETD Origen: 18/09/2015 ETA Destino: 28/09/2015

Office Agent: 0057 KRONOZ INTERNACIONAL INC Nave: 0914 HYUNDAI PRIVILEGE

Viaje: 0024E Fch. Term. Descarga: / / : :

Almacen lleno: 3550 APM ALCONSA

Almacen vacio:

Almacenaje:

Sobrestada:

Num. Manif.: Año:

SUNAT Enviar XML
DATOS ADICIONALES MBL

Routing N°	HLB	CNNE	SHIP	Notif.	M3	Peso Tn.	Cnt_20	Cnt_40	T/F	Det.	Mon.	Factor	Booking	Bultos	Clase	Ris	Contenido
090003707	SKMTMFE00019888	0390	00449	0390	0.0000	19.635000	0	1	P		USD	0000000		22	PX	X	CARGA GENERAL

Tipo Servicio: CARGA

Consignee: CONSORCIO CAROLINA S.A.C. Pto. Final: CALLAO
 Shipper: DEACERO S A P I DE CV Observ.:
 Notify: CONSORCIO CAROLINA S.A.C. User Com: YCELA ZAMORA
 Agte Aduana: User Seg: YCELA ZAMORA

Fuente: Elaboración propia

El sistema presenta funciones que ayudan a tener un control sobre las operaciones que realizan con los clientes. Esto permite indentificar: Número de orden, fecha de salida y llegada de la carga, días de tránsito, tipo de régimen (exportación o importación), HBL (*House Bill Loading*), nombre del cliente, nombre del proveedor, origen y destino de la carga, tipo de contenedor, monto del flete, tipo de carga (aéreo, contenerizada o carga suelta), peso y nombre de almacén.

El personal del área de atención al cliente obtiene esta información cuando el área operativa hace llegar físicamente un file con los datos mencionados líneas arriba. Con este file el personal de atención al cliente prepara un documento informativo el cual es enviado al exportador o importador informando el estado de sus cargas, cabe mencionar que cada embarque de un mismo cliente tiene un file con referencia distinta. El cliente recibe esta información usualmente cuando su carga ha sido embarcada.

El desarrollo de las tareas diarias de servicio al cliente consta en retransmitir la información que se encuentra alimentada en el sistema SISPAC, y debido a la carga laboral se le hace tedioso hacer esta actividad para cada file causando así demoras en la entrega de información.

2.2.2 Flujograma actual

Ver anexo 1.

2.2.3 Causas del problema

En los últimos meses Airocean ha incrementado sus ventas y por ende sus actividades operacionales. El Área de Atención al Cliente es afectado de esta sobrecarga debido a las funciones de interacción que sostiene con el cliente o usuario final día tras día; algunos de

ellos presentan reclamos por falta o demora de información respecto a sus embarques. Hemos revisado y cuantificado en detalle cada función del colaborador del área de atención al cliente y reflejamos que el mayor tiempo lo ocupa en la transmisión de información vía llamadas telefónicas y/o emails.

Figura N° 4: Tiempo de ocupación – funciones del Área de Atención al Cliente

Actividades	Veces al día	Tiempo x vez (minutos)	Total minutos	Horas	Porcentaje laboral	Valor S/.
Enviar correos (notificación de embarque, anexos documentos de origen)	11	6	66	1.10	12.52%	11.46
Si cliente no responde Email en el transcurso del día, se llama por teléfono.	4	5	20	0.33	3.80%	3.47
Si hay errores en los datos de embarque, se pide a origen que se corrija la documentación, con copia a Operaciones.	4	7	28	0.47	5.31%	4.86
Se comunica a Operaciones los errores y correcciones de los documentos, por email, con confirmación de lectura.	3	3	9	0.15	1.71%	1.56
Contestar llamadas Telefónica y/o emails de clientes por información de sus embarques.	35	8	280	4.67	53.13%	48.61
Si hay algún problema, retraso de entrega de documentos u otros, se notifica a Operaciones, para la resolución del problema	4	1	4	0.07	0.76%	0.69
Facturación y atención al cliente en nuestras instalaciones, para el endose de documentos y pago de visto bueno	10	10	100	1.67	18.98%	17.36
Entrega de facturas con voucher de depósito o cheque al aérea de Finanzas.	10	2	20	0.33	3.80%	3.47
			527	8.78	100.00%	S/. 91.49

Fuente: Elaboración propia

Las diversas funciones muestra que el colaborador del área no se abastece durante su horario laboral (480 minutos)

Se refleja que el mayor tiempo invertido (más de 6 horas) lo ejerce en el envío de información a los clientes (detalle de embarque + envío de documentos)

A esto deberíamos también adicionarle la atención presencial a los operadores de comercio exterior (agentes de aduana o clientes) respecto a vistos buenos, endoses, etc. que es otra actividad que le toma casi 02 horas de su tiempo.

Con el propósito de culminar con las tareas diarias, el colaborador se ve obligado a generar horas extras causando incremento en los costos en esa área. Actualmente, está invirtiendo como hora extra 625 soles más su sueldo bruto que es 2500 nuevos soles.

2.2.4 Consecuencias del problema

Reducción de cartera de clientes – Si las demoras en el envío de información persiste, los clientes que ya están fidelizados por el buen servicio de la empresa, pueden optar por retirarse.

Incremento de costos en la empresa – Debido a la sobrecarga de trabajo del colaborador del área de atención al cliente, la empresa se ve obligada a pagar horas extras.

Rotación del personal – La sobrecarga de trabajo para un solo colaborador puede causar la decisión de retiro voluntario.

Dañar la imagen de la empresa – Es muy probable que por las molestias de los clientes, la empresa empiece a reflejar una mala imagen de servicio.

2.3 Stakeholders

Dentro de la organización hemos podido identificar dos tipos de clientes ya sea externos como exportadores e importadores, agencias de carga, agencias aduaneras y Sunat; internos: área de atención al cliente.

2.3.1 Clientes externos

Exportadores, tenemos clientes como: Kimberly Clark Peru SRL, Topy Top SA, Texcorp SA, que en su gran mayoría exportan productos como repuestos de maquinarias y textiles, a los países de USA y Brasil cumpliendo con los procedimientos de la certificación BASC (*Business Alliance for Secure Commerce*), con que cuenta la empresa y un proceso de exportación de acuerdo al esquema de régimen de exportación (ver anexo 2):

Importadores: tenemos clientes como: Kimberly Clark Peru SRL, Samsoneti Peru SA, Kayser Corp, que en su gran mayoría importan materia prima o bienes para el consumo, desde diferentes partes del mundo, cumpliendo la normativa de SUNAT. (ver anexo 3)

Agencias de carga: MTS Logistics Inc, International Freight Transport Inc, Kronoz Internacional Inc, Nexus Logistics Sas, Philco International, los cuales nos asignan embarques de sus clientes para poder dar el servicio de transporte internacional.

Sunat: La empresa envía la información de todos los embarques de acuerdo a la Ley General de Aduanas, se realiza rectificación del manifiesto de carga de acuerdo a lo solicitado por el cliente, con los sustentos respectivos.

2.3.2 Clientes internos

Área de atención al cliente, solamente 01 colaborador está a cargo del área mencionada, donde realiza las siguientes funciones:

Responder las consultas de los clientes ya sea por teléfono, emails o de forma presencial.

Proporcionar información sobre los servicios de la empresa.

Facturación.

Atención a los agentes de aduanas o clientes para el endose de documentos.

Reciben las dificultades que los clientes tengan con embarques (mal estado de la carga).

Por otro lado, se realizó una entrevista a la Sra. Merly Camarena, para conocer la problemática desde una perspectiva del colaborador del área de atención al cliente. (ver anexo 10)

2.4 Supuestos

Los supuestos en la cual se basa nuestra hipótesis, surge en la demanda de trabajo que consigna las actividades diarias del colaborador (área de atención al cliente), ya que excede el tiempo (8 horas) del horario laboral. Ello origina incumplir la atención de consultas, que los clientes solicitan a diario, de los estados de embarques.

CAPÍTULO III : SOLUCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

3.1 Propuesta de solución

Las encuestas realizadas a los clientes externos (ver anexo 4), validan la problemática de la investigación. En ese sentido proponemos la implementación de un sistema tracking, que ayudará a disminuir el tiempo de atención de consultas.

3.1.1 Sistema tracking

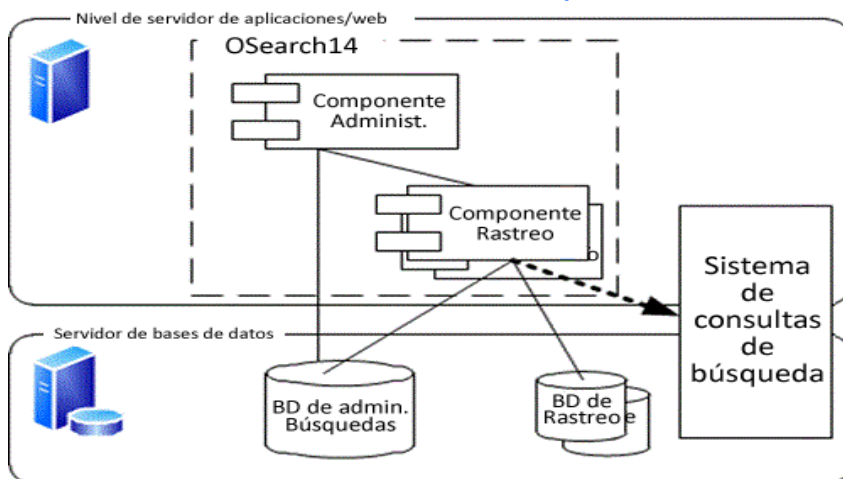
Tracking, en español, significa seguimiento o rastreo, es uno de los sistemas más importantes en el área logística. Esta aplicación o sistema permite rastrear envíos de diferentes usuarios. Es una herramienta muy poderosa, ya que permite tener el control en todo momento de dónde proceden los envíos, su trayecto y entrega final. Además tiene la ventaja de poder integrarse a cualquier sistema como una herramienta adicional, consiguiendo así acceso a los usuarios finales para obtener mayor información de sus envíos.

Esta herramienta de seguimiento monitoriza los envíos y optimizan los servicios de la agencia de carga en tiempo real. Además, algunas de estas herramientas de tracking permiten también hacer un seguimiento exhaustivo de envíos en sistemas operativos brindando mayor detalle de sus embarques o cargas. En definitiva, se trata de una herramienta económica y muy fácil de implementar; enviar un pedido de transporte con un solo click y luego realizar el seguimiento del envío a través de rastreo y seguimiento en toda Sudamérica y todo el mundo

Esta aplicación será un menú en la página web de la empresa y su acceso será a través de un usuario y contraseña. La razón por la cual relacionamos esta herramienta con el sistema de la empresa, se debe a la entrada de información que obtendrá el cliente como valor agregado en su búsqueda de información respecto a sus embarques. El usuario final o cliente obtendrá no solo el rastreo de sus cargas sino también detalle de la misma, podrá descargar documentos que estén relacionados a su envío y así agilizar sus actividades comerciales.

Airocean Cargo podrá ofrecer un sistema para controlar los embarques a través de Internet. Asimismo, satisfacer las necesidades de sus clientes individuales a la perfección, no perdiendo su servicio personalizado que lo caracteriza. Por otro lado, el cliente podrá realizar el seguimiento del flujo de proceso en los centros de distribución hasta el último detalle, desde el estado de recepción de pedidos al seguimiento de lotes.

Figura N° 5: Esquema de proceso – Herramienta Tracking



Fuente: Elaboración propia

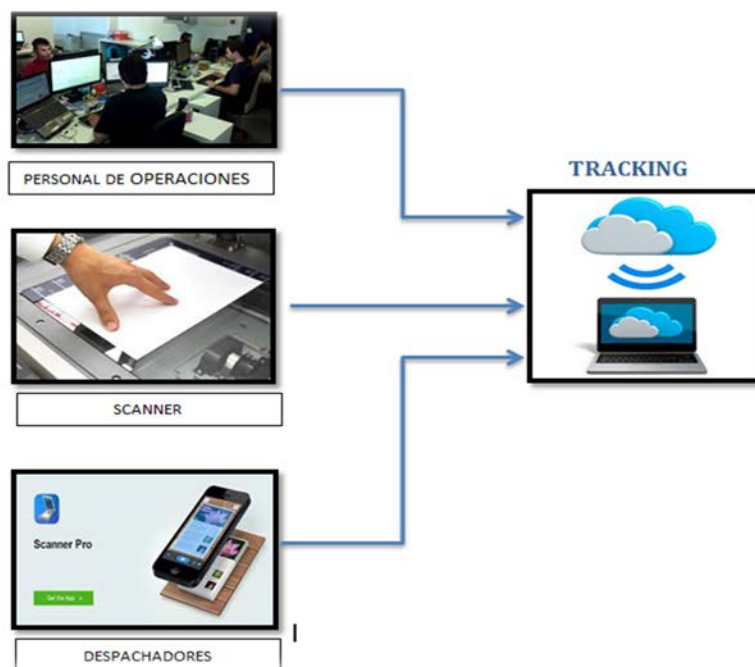
3.1.2 Beneficios al implementar el Sistema Tracking

La alternativa de la herramienta tracking que proponemos, no solo rastrea los embarques o cargas, sino también brinda mayor detalle respecto a medidas, peso, descripción, cantidad de bultos e inclusive permite descargar documentos de transportes entregados en origen. A continuación mostramos los beneficios que brinda la herramienta para la organización y usuario final.

Usuario Final – Cliente

Beneficios:

Información en tiempo real: El sistema tracking se actualizará en cada proceso y el cliente podrá observarlo en ese instante. Para ello se ha contemplado:



La alimentación de información en el programa SISPAC, será realizado por el personal del área de operaciones, que tiene como objetivo insertar la información de los embarques en cuanto se apertura la orden del cliente, lo cual se visualiza en la web de la empresa a través

del sistema tracking. En relación a los trámites o procesos internos en campo; los mismos despachadores alimentarán la información en el tracking, para ello usarán su celular con Internet 4G, descargando previo el aplicativo de scanner.

Visualización y extracción de documentos de transporte: El cliente podrá examinar o descargar copia de los documentos desde que la carga fue entregada en punto de origen. Para ello, tendremos un personal dedicado a escanear y subir los documentos en el sistema tracking.

Historial de Embarques: La herramienta proporcionara información de todos los embarques realizados por cliente.

Generar reportes personalizados: El tracking creará reportes por carga, peso, volumen, descripción, monto, rango de fechas, etc.; las cuales se podrá extraer en formatos de Excel, Word y Pdf, teniendo el cliente la posibilidad de personalizar sus reportes.

Comodidad de uso: Este instrumento de seguimiento podrá ser utilizado no solo de una laptop sino también de celular o Tablet.

Airocean Cargo S.A.C.

Beneficios:

Optimización de costos: La implementación de esta herramienta será a través de la página web como una pestaña adicional en donde el usuario final se registrara a través de un usuario y contraseña. El costo fijo mensual es de USD 532.0

Productividad en el área de atención al cliente: El uso del tracking también permitirá mejorar la productividad del área de atención al cliente reduciendo los reclamos de los clientes respecto a la información de sus embarques y disminuyendo los costos en su área ya que no será necesario realizar horas extras para culminar con todas sus actividades diarias.

Como podemos ver en el cuadro, se eliminan las funciones de transmisión de información al cliente y se genera espacio de tiempo para otras tareas. Asimismo se reduce los costos en el área ya que deja de cubrir horas extras cuyo valor mensual asciende a 625 soles.

Figura N° 6: Optimización de tiempos

Actividades	Veces al día	Tiempo x vez (minutos)	Total minutos	Horas	Porcentaje laboral	Valor S/.
Si cliente no responde Email en el transcurso del día, se llama por teléfono.	4	5	20	0.33	11.05%	3.47
Si hay errores en los datos de embarque, se pide a origen que se corrija la documentación, con copia a Operaciones.	4	7	28	0.47	15.47%	4.86
Se comunica a Operaciones los errores y correcciones de los documentos, por email, con confirmación de lectura.	3	3	9	0.15	4.97%	1.56
Si hay algún problema, retraso de entrega de documentos u otros, se notifica a Operaciones, para la resolución del problema	4	1	4	0.07	2.21%	0.69
Facturación y atención al cliente en nuestras instalaciones, para el endoso de documentos y pago de visto bueno	10	10	100	1.67	55.25%	17.36
Entrega de facturas con voucher de depósito o cheque al aérea de Finanzas.	10	2	20	0.33	11.05%	3.47
			181	3.02	100.00%	S/. 31.42

Fuente: Elaboración propia.

Innovación: Esta herramienta brindara una ventaja competitiva a la empresa debido a los beneficios adicionales que proporciona comparado al tracking del mercado.

Fidelización de cliente: La modernización de esta herramienta tracking permitirá lograr que el usuario final recomiende nuestros servicios a otros consumidores.

Los detalles respaldan la utilidad que será esta herramienta no solo para Airocean Cargo, sino también aportará al mercado de agencias de carga con un valor agregado a sus servicios actualmente brindados a sus clientes. Con la implementación del Tracking se ayudará al área de atención al cliente a reducir significativamente la afluencia de correo y llamada telefónica, mejorando la productividad de la persona de atención al cliente.

3.1.3 Comparación con otra empresa del mismo rubro

Según SUNAT (2015) en el Perú existen 803 agencias de cargas. Para poder hacer una comparación de mercado, hemos retirado 127 que se muestran inactivas o inoperativas. De un total de 676 restantes, 135 son agencias de carga grande, catalogadas así porque cuentan con el personal y las herramientas adecuadas. 541 agencias de carga, han sido consideradas como mediana y pequeña empresa y en este grupo se encuentra Airocean Cargo.

Este grupo de empresas cuentan con una herramienta de tracking bastante simple, la información proporcionada es solo de puntos geográficos sin mayor detalle alguno y su acceso es a través de una referencia documentaria, es decir, el usuario para acceder al seguimiento de su embarque o carga debe contar con el número de documento de transporte y esta información se lo brinda la agencia de carga telefónicamente o por correo electrónico; encasillando así al usuario a una dependencia de servicio para conseguir mayor detalle de sus cargas.

Hemos escogido a la empresa Inca Lines, competencia directa de Airocean Cargo SAC, la cual dentro del ranking de exportaciones como agencia de carga, se encuentra en el puesto 130, mientras que Airocean Cargo en el 134.

Figura N° 7: Exportación marítima 2015

		Exportación Marítima Peruana; Callao; Año 2015																													
Agente de Carga	%	Total		Ene				Feb				Mar				Abr				May				Jun				Jul			
		Teus	Cntr 20	Teus	Cntr 20	Teus	Cntr 20	Teus	Cntr 20	Teus	Cntr 20	Teus	Cntr 20	Teus	Cntr 20	Teus	Cntr 20	Teus	Cntr 20	Teus	Cntr 20	Teus	Cntr 20	Teus	Cntr 20	Teus	Cntr 20				
-302	** GRAND TOTAL **	100	198,054	80,562	58,746	19,013	8,963	5,025	18,247	8,215	5,016	20,104	9,102	5,501	16,041	7,475	4,283	24,521	8,575	7,973	29,562	10,380	9,591	24,544	9,588	7,478					
1	** EMBARQUE DIRECTO **	72.7	143,998	62,076	40,961	13,725	6,925	3,400	12,113	6,089	3,012	13,779	7,081	3,349	10,721	5,619	2,551	18,317	6,609	5,854	22,865	8,051	7,407	18,719	7,585	5,567					
2	DHL GLOBAL FORWARDING PERU SA	2.57	5,095	319	2,388	456	16	220	579	25	277	790	68	361	682	26	328	729	71	329	589	37	276	522	20	251					
3	SCHENKER PERU SRL	2.02	4,007	2,541	733	564	368	98	456	242	107	535	329	103	484	298	93	513	271	121	451	375	38	376	264	56					
4	TRANSOTAL AGENCIA MARITIMA SA	1.36	2,701	1,559	571	421	293	64	565	277	144	270	98	86	308	166	71	321	193	64	302	174	64	389	253	68					
5	PANALPINA TRANSP. MUNDIALES SA	1.04	2,065	1,157	454	100	38	31	209	103	53	204	108	48	96	54	21	169	127	21	308	242	33	254	170	42					
128	TRANSMEC OVERSEAS PERU SAC	0.02	41	13	14	19	5	7	4	2	3	1	1	6	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1					
129	ESTRATEGIA MARITIMA PERUANA SAC	0.02	40	8	16	6	3	8	2	3	9	1	4	2	1	6	2	2	2	3	1	1	1	3	1	1					
130	INCA LINES SAC	0.02	38	10	14	1	1	2	2	6	2	2	1	2	1	2	1	2	4	2	3	1	1	1	1	1					
131	LOGISTICA MARGISTICS PERU SAC	0.02	38	20	9	2	1	4	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1	4	4	2	2					
132	SLADE SHIPPING SAC	0.02	38	10	14	2	2	4	4	1	4	2	4	2	1	3	1	1	8	2	3	6	2	2	2	2					
133	ANICAM CARGO PERU SAC	0.02	37	13	12	6	2	2	4	4	14	7	5	1	2	18	9	8	2	2	2	2	2	2	2	2					
134	AIROCEAN CARGO SAC	0.02	36	4	16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					
135	DACHSER PERU SAC	0.02	36	10	13	13	3	5	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					
136	DPPERU SAC	0.02	36	2	17	6	3	12	6	6	6	6	6	6	3	4	2	2	2	2	2	1	4	4	2	2					
137	IFS LOGISTIC SERVICE DEL PERU SAC	0.02	36	6	15	5	1	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	5	1	2					
159	SACO SHIPPING SAC	0.01	23	11	6	1	1	1	1	8	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	6	2	2	2	2	2					
160	DANMAR LINES	0.01	22	11	11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					

Fuente: Escomar (2015)

Por otro lado en el rubro de importaciones como agencia de carga Airocean se encuentra en el puesto 59, mientras que Inca Lines en el 84.

Figura N° 8: Importación marítima 2015

Agente de Carga	%	Importación Marítima Peruana; Callao; Año 2015																							
		Total		Ene			Feb			Mar			Abr		May			Jun		Jul					
		Teus	Cntr 20	Cntr 40	Teus	Cntr 20	Cntr 40	Teus	Cntr 20	Cntr 40	Teus	Cntr 20	Cntr 40	Teus	Cntr 20	Cntr 40	Teus	Cntr 20	Cntr 40	Teus	Cntr 20	Cntr 40	Teus	Cntr 20	Cntr 40
-400 ** GRAND TOTAL **	100	476,609	147,961	164,324	49,413	15,503	16,955	46,524	14,340	16,092	53,207	17,039	18,084	48,786	16,068	16,359	53,503	16,405	18,549	56,590	17,062	19,764	54,970	17,066	18,952
1 ** EMBARQUE DIRECTO **	59	283,101	93,009	95,046	29,246	9,666	9,790	27,652	8,944	9,354	31,154	10,584	10,285	29,575	10,221	9,677	32,138	10,734	10,702	34,916	11,156	11,880	32,320	10,444	10,938
2 VLG PERU SAC	2.2	10,573	3,557	3,508	1,238	470	384	1,067	415	326	1,478	502	488	918	308	305	1,130	414	358	1,124	422	351	1,025	333	346
3 KUEHNE + NAGEL SA	2.1	10,036	1,926	4,055	1,054	160	447	1,203	185	509	1,008	184	412	960	162	399	1,213	227	493	1,229	259	485	1,134	258	438
4 DHL GLOBAL FORWARDING PERU SA	2	9,590	1,588	4,001	824	150	337	907	165	371	1,146	210	468	812	188	312	1,031	131	450	973	175	399	1,226	226	500
5 DELFIN GROUP CO.SAC	1.6	7,790	2,602	2,594	886	326	280	714	250	232	940	262	339	667	347	160	716	162	277	777	273	252	1,039	337	351
58 UTI DEL PERU SA	0.2	713	203	255	44	14	15	97	11	43	76	12	32	76	18	29	54	14	20	94	24	35	89	35	27
59 AIROCEAN CARGO SAC	0.1	655	55	315	66	2	32	71	9	31	79	3	38	79	11	31	104	6	49	83	7	38	84	6	39
60 AFINES CARGO SAC	0.1	683	597	43	178	178	80	64	8	115	97	9	70	68	1	9	70	68	1	15	3	6	93	71	11
80 LOGIS LOGISTICS SAC	0.1	460	156	152	86	24	31	60	20	20	66	12	27	78	22	28	82	46	18	9	7	1	28	12	8
81 CARGOCORP SAC	0.1	423	41	191	16	4	6	58	2	28	35	1	17	11	1	5	54	4	25	54	2	26	73	13	30
82 CARGO COMPASS PERU SAC	0.1	420	78	171	43	7	18	56	10	23	45	7	19	35	5	15	62	10	26	47	13	17	47	7	20
83 NEUTRALOGISTICS PERU SAC	0.1	414	56	179	37	9	14	58	10	24	59	7	26	42	4	19	25	3	11	27	5	11	56	4	26
84 INCA LINES SAC	0.1	414	108	159	69	10	29	68	9	29	62	8	27	68	14	35	11	12	54	14	20	43	13	14	
85 DHL GLOBAL FORM. ADUANAS PERU	0.1	401	41	180			8		4					391	41	175									
86 MARITIME LOGISTICS DEL PERU SA	0.1	381	13	184	19	1	9	33	3	15	56	4	26	62	2	30	26		13	50	2	24	48		24
159 SOLOT PERU SAC	0	133	43	45	11	5	3	6	2	2	1	1		15	3	6	14	6	4	30	6	12	3	1	1
160 ALIANCA LINES SAC	0	132	40	46												4		2	11	5	3	36	20	8	

Fuente: Escomar (2015)

Inca Lines ofrece la herramienta tracking como opción de búsqueda de información para sus clientes finales. Como se puede observar en la imagen, el sistema de rastreo requiere como filtro de búsqueda completar el número de ruc del cliente y documento de transporte, para informar el estatus únicamente del embarque solicitado.

Figura N° 8: Sistema Tracking – Agencia Incalines

Fuente: Inca Lines (2015)

3.1.4 Flujograma propuesto

Ver anexo 5.

3.1.5 Costo de Implementación

La implementación del sistema tracking tiene un costo de USD 2,600.00, el cual incluye los costos de diseño del sistema tracking, costo de scanner, capacitación de personal y costo de celulares para despachadores. Con un costo mensual fijo de USD 532.00 (ver anexo 6).

La implementación de esta herramienta será de 90 a 180 días. La interacción se mantendría a través del sistema Syspac y la retroalimentación del sistema va a ser administrada por el área de Operaciones, ya que ellos son los que monitorean toda la información del proceso: recojo, transporte interno, transporte internacional, llegada o salida de medio de transporte.

3.1.6 Actividades de implementación

3.1.6.1 Programa de capacitación

El servicio de capacitación tendrá como finalidad preparar al personal encargado (Área de atención al cliente / Área de operaciones / Sistemas) a manejar la herramienta tracking, con el objetivo de ayudar o asesorar al usuario final. Asimismo, proporcionará a los administradores todos los conocimientos para solucionar cualquier inconveniente (caída del servidor, corte de fluido eléctrico, etc.).

Desarrollaremos el programa 3C (compromiso, conocimiento y consistencia). En 30 días tiene como objetivo lograr certificar y entrenar, a nuestros colaboradores del área de atención al cliente, en la utilización del nuevo software de servicio, que servirá para mejorar nuestros estándares operativos. Así mismo, luego del entrenamiento estará en la capacidad de asistir y orientar a nuestros clientes en el uso de este nuevo utilitario. Para ello, deberá seguir 4 pasos:

Paso 1: El líder debe preparar el cronograma (4 días/4 horas) del entrenamiento práctico.

Paso 2: Entregar una copia del cronograma al colaborador y avisar a las áreas para que esperen y acojan al colaborador

Paso 3: A cada día del entrenamiento (4 días), el líder evalúa al colaborador mediante la lista de chequeo.

Paso 4: La lista de chequeo arroja una nota práctica que debe ser informada diariamente al colaborador para que acompañe su progreso.

Con esto buscamos que si el colaborador obtiene una nota menor a 80%, sobre las 4 listas de chequeo, el colaborador deberá prepararse por más días según lo que recomiende el líder del programa.

3.1.6.2 Plan estratégico y de acción para el usuario final

Para el uso de la nueva herramienta tecnológica que estamos desarrollando, se realizará diversas actividades con el objetivo de captar la atención de los clientes:

Se brindará un manual de uso que detalla paso a paso la utilización del sistema. Asimismo, será entregado impreso y a la vez habrá en la web de la organización un link de descarga del manual que irá acompañado con un video interactivo.

Convencer al cliente que los reportes que extraerá del tracking le ayudarán a la toma de decisiones y agilizar su trabajo. Para ello utilizaremos las visitas a los clientes en su organización.

En cada correo enviado a los clientes se colocará como plantilla el siguiente texto: “Puede realizar el seguimiento de sus embarques de forma ágil y fácil consultando nuestro tracking desde la página web: www.airocean.com.pe”

Por otro lado, al implementarse el nuevo sistema, surgirá el cambio de cultura en la organización. El colaborador deberá llegar al reconocimiento por parte de la empresa y los clientes. En ese sentido el programa 3C ayudará a dar cumplimiento de ella, tal como mostramos en el siguiente cuadro:

AL TÉRMINO DE:	SE CERTIFICÓ	ITEMS DE RECONOCIMIENTO PARA CADA COLABORADOR
Libro de trabajo del puesto – Manual de uso	Ok	Reconocimiento público verbal en mini reuniones. Foto de reconocimiento (opcional)
Entrenamiento operativo	Ok	Reconocimiento público verbal en mini reuniones. Foto de reconocimiento (opcional)
Todas las fases	Ok	01 diploma de certificación, pin con logo, foto de reconocimiento y pasaporte sellado. Solicita al coordinador el sello del programa en el pasaporte de la felicidad.

Este programa permitirá al colaborador a desarrollarse como entrenador y líder. Al mismo tiempo motiva a enseñar y trabajar en equipo, siempre con el apoyo y seguimiento de la empresa Airocean Cargo.

CONCLUSIONES:

- La implementación del sistema tracking permitirá al usuario final obtener información completa de sus embarques a través de la integración del sistema Sispac, tracking y página web de la organización.
- El valor agregado de esta búsqueda de información será más detallado y contará con descarga de documentos personalizados de transporte en word, excel o pdf. de esta forma Airocean Cargo, liberará la aflicción de trabajo al único personal que atiende esta área y aumentará su servicio. Asimismo, ayudará a los usuarios finales a preparar cuadros estadísticos o quizás indicadores para la toma de decisiones.
- Esta herramienta aportará al mercado de comercio exterior, agencias de carga, mejoras en el servicio de búsqueda de información en relación a los embarques.
- El tracking propuesto será una herramienta innovadora y de fácil acceso económico para los operadores de comercio exterior.

RECOMENDACIONES:

- Airocean cargo debe considerar la implementación de esta herramienta de seguimiento como parte de su servicio ya que además de sus beneficios mencionados, el costo fijo mensual es de USD 532.0
- Apostar por la innovación tecnológica que no requerirá comprar ningún software sino relacionarlo o canalizarlo a través del sistema Sispac que ya tiene implementado y manejarlo a través de su página web como un menú adicional.
- En un futuro la utilización de la herramienta tracking, podría desarrollarse en un aplicativo, para ser usado en los Smartphone de los clientes y así poder recibir alertas de sus embarques.

BIBLIOGRAFÍA

ALARCÓN, Juan (1998) Reingeniería de procesos empresariales. Madrid: Confemetal.

AIROCEAN CARGO SAC (2015) Historia. (En línea). Recuperado el 10 de octubre de 2015:
<http://www.airocean.com.pe>

CAMPOS, César (2003) Los procesos de control interno en el departamento de ejecución presupuestal de una institución del Estado (tesis de maestría en Auditoría Interna). Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

CHANG, Richard y FISER, Olga (1996) Mejora continua de procesos: Guía práctica para mejorar procesos y lograr resultados medibles. Madrid: Granica.

ESCOMAR (2015), contiene información sobre las exportaciones e importaciones de las agencias de carga (consulta 25 de enero de 2016).

FONTALVO, Tomás José y VERGARA, Juan Carlos (2010). La gestión de la calidad en los servicios ISO 9001:2008. Málaga: Eumed.

GIL, Cristy (2013) Efecto de la aplicación de un programa de motivación al recurso humano y su relación con el grado de satisfacción del cliente externo en el laboratorio clínico ROE – sede central San Isidro-2009 (tesis de maestría en Ciencias de la Salud). Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

INCA LINES (2015) Tracking. (En línea). Recuperado el 28 de octubre de 2015: <http://www.incalines.com>

PAZ, Renata (2005) Servicio al cliente: la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente. Madrid: Ideaspropias.

PELAES, Oswaldo (2010) Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos (tesis de doctorado en Ciencias Empresariales). Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

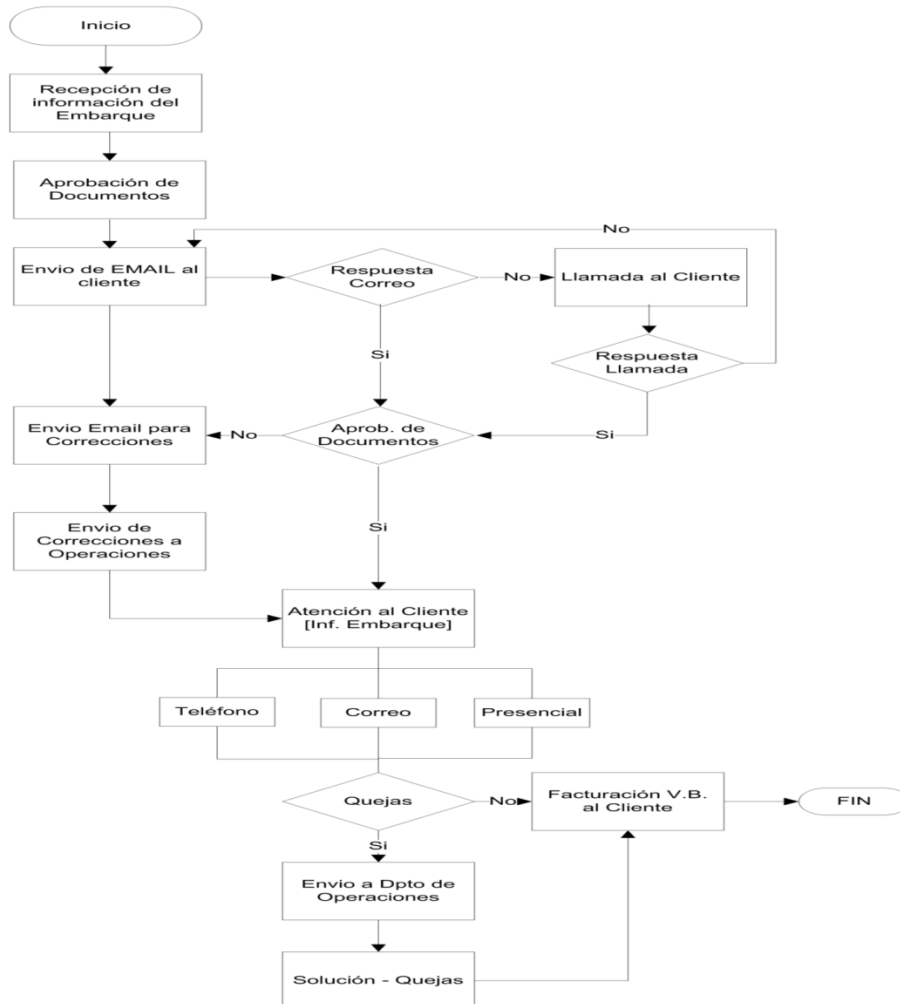
PÉREZ FERNÁNDEZ, José Antonio (2010) Gestión por procesos. Madrid: Esic.

PÉREZ, Vanessa (2010) Calidad total en la atención al cliente. Pautas para gara excelencia en el servicio. Madrid: Ideaspropias.

SUNAT (2015) Agencias de carga. (En línea). Recuperado el 28 de octubre de 2015: <http://www.aduanet.gob.pe/claditconsulagen/ConsultaOperadorServlet?accion=cargarConsultaAgente&tipoCons=agenteCarga>.

ANEXOS

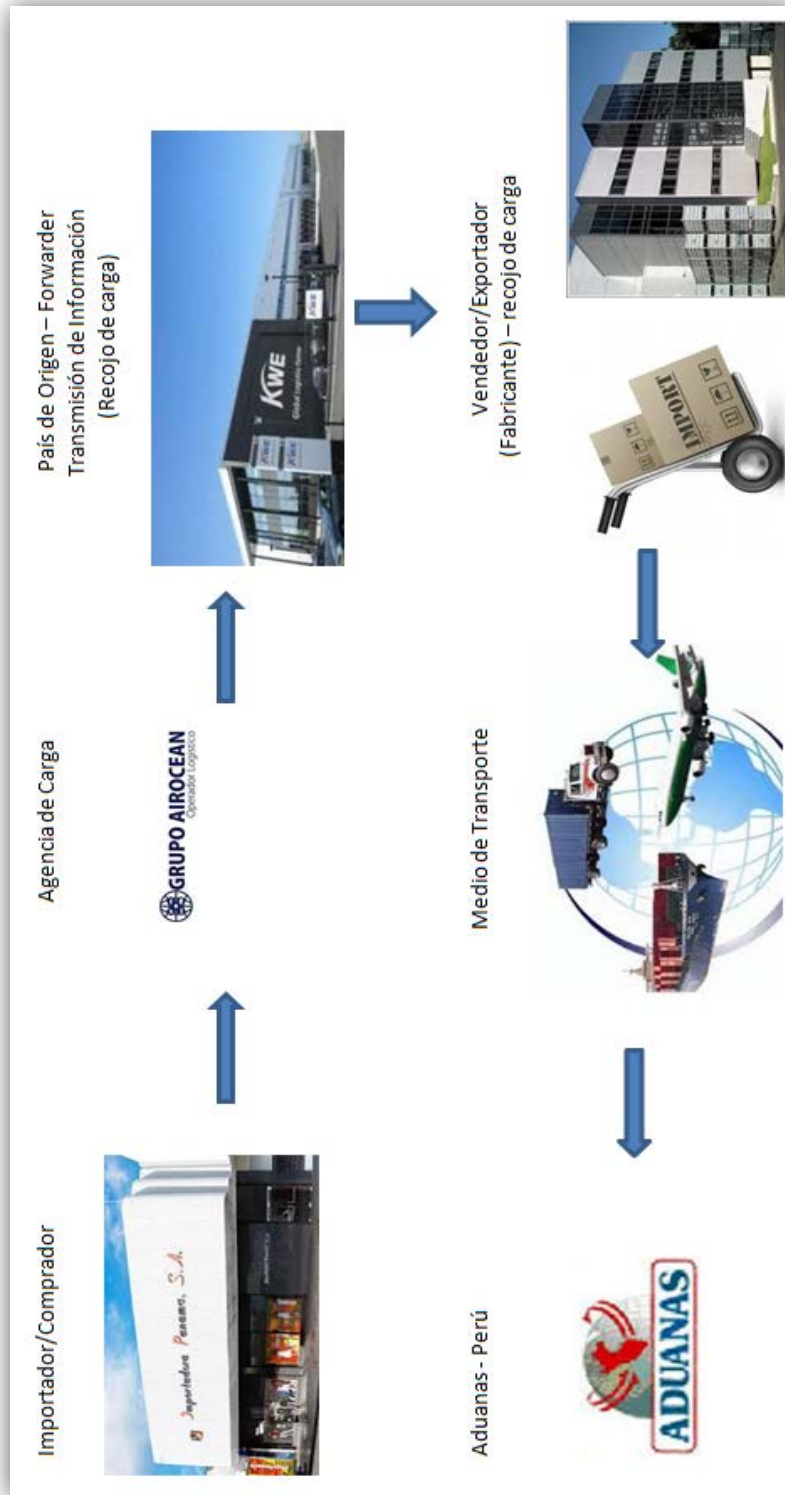
Anexo N° 1: Flujograma actual – Área de atención al cliente



Anexo 2: Esquema Regimen de Exportación



Anexo 3: Esquema Regimen de Importación



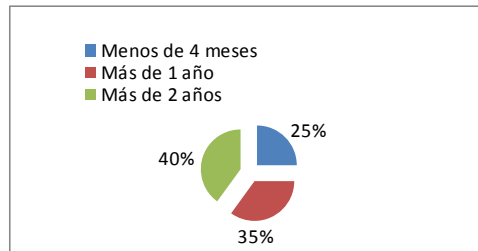
Anexo 4: Encuestas

Encuesta a Clientes Externos

Buenos Días, Agradeceremos responder a esta encuesta la cual nos ayudara a ser más eficiente en el servicio que les proporcionamos.
Mantendremos absoluta reserva.

1. ¿Cuánto tiempo tienes realizando embarques con Airocean Cargo SAC?

Respuestas	Cant	%
Menos de 4 meses	10	25%
Más de 1 año	14	35%
Más de 2 años	16	40%
Total	40	100%

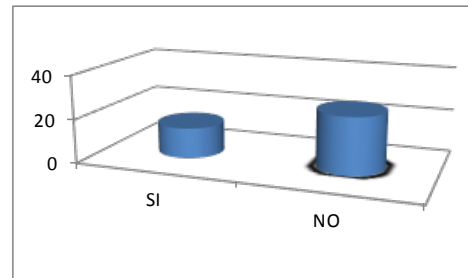


Análisis

El 75% de los clientes encuestados vienen trabajando con la empresa por mas de un año, con esto podemos concluir que este grupo se encuentran fidelizado, y un 25% esta en proceso; el cambio en el proceso haria que este 25% se fidelice.

2. ¿Está de acuerdo con el servicio que recibe del área de atención al cliente?

Respuestas	Cant	%
SI	14	35%
NO	26	65%
Total	40	100%

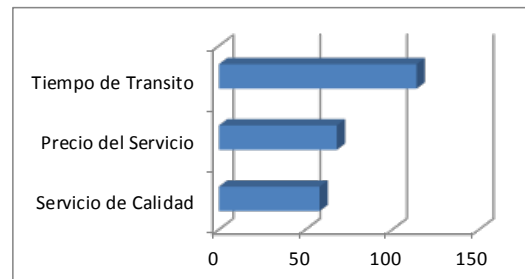


Análisis

El 65% de los clientes encuestados no esta de acuerdo con el servicio de atención al cliente debido a la demora en el envío de información de sus embarques.

3. ¿De las siguientes alternativas cuál considera la más importante, al momento de contratar a Airocean Cargo SAC Colocar el grado de importancia siendo 1 el más importante y 3 menos importate. (no repetir la numeración)

Respuestas	Cant	%
Servicio de Calidad	58	24%
Precio del Servicio	68	28%
Tiempo de Transito	114	48%
Total	240	100%

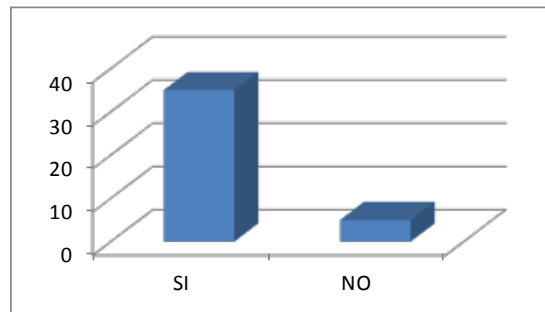


Análisis

Los valorados por los cliente son: Tiempo de transito y Precio del servicio. Bajo estos parametros podemos trabajar el servicio de calidad mejorandolo y logrando la fidelizacion esperada.

4. ¿La información de la llegada de sus cargas, lo recibe en el tiempo oportuno?

Respuestas	Cant	%
SI	35	88%
NO	5	13%
Total	40	100%

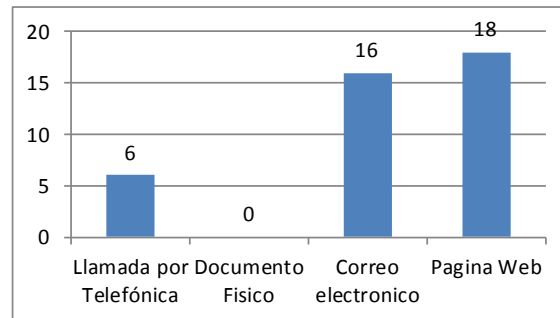


Análisis

Podemos apreciar que los clientes están satisfechos, ya que tienen oportunamente el aviso de llegada de sus cargas.

5. ¿Qué medio de comunicación desearía que utilice Airocean Cargo para que tengan la información de seguimiento de sus embarques?

Respuestas	Cant	%
Llamada por Telefónica	6	15%
Documento Físico	0	0%
Correo electrónico	16	40%
Página Web	18	45%
Total	40	100%

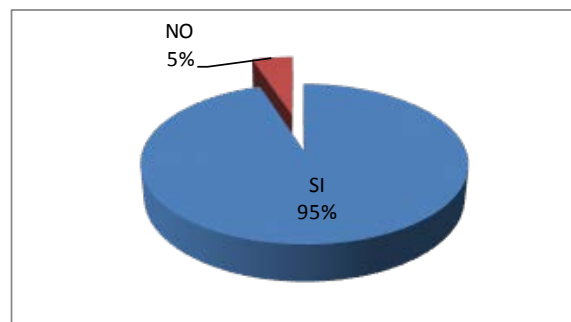


Análisis

Apreciamos que el 45% de los clientes les gustaría recibir información del seguimiento de sus cargas por página web y el 40% por correo electrónico, un 6% desearía llamada por teléfono y 0% en documento físico.

6. ¿Estaría dispuesto a usar la herramienta tracking, la cual le ayudaría con la información del seguimiento de sus cargas, pudiendo descargar documentos y bajar reportes personalizados sin estar contactándose con el área de atención al cliente?

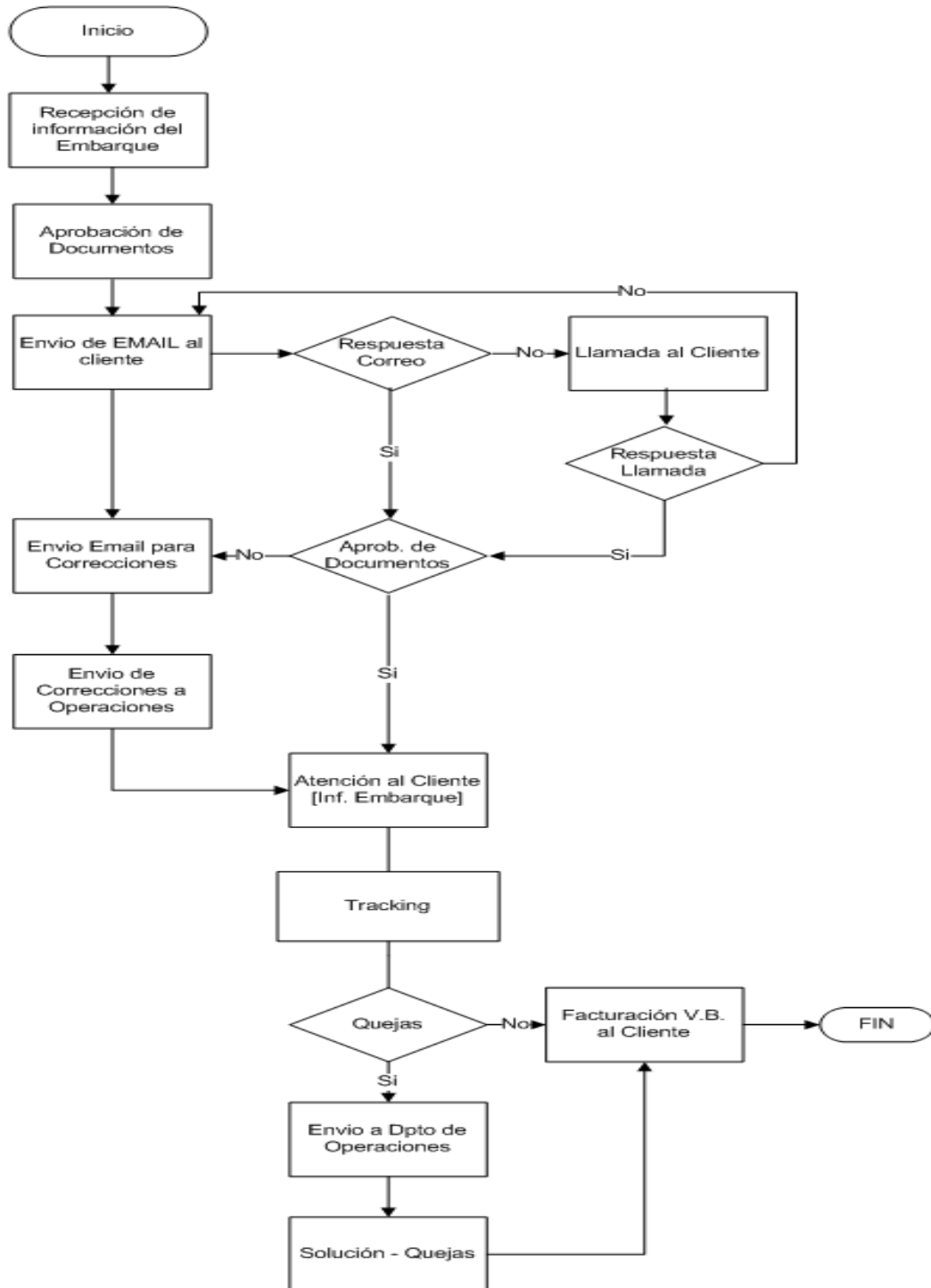
Respuestas	Cant	%
SI	38	95%
NO	2	5%
Total	40	100%



Análisis

El 95% de los encuestados están dispuestos a usar la herramienta tracking.

Anexo 5: Flujograma propuesto



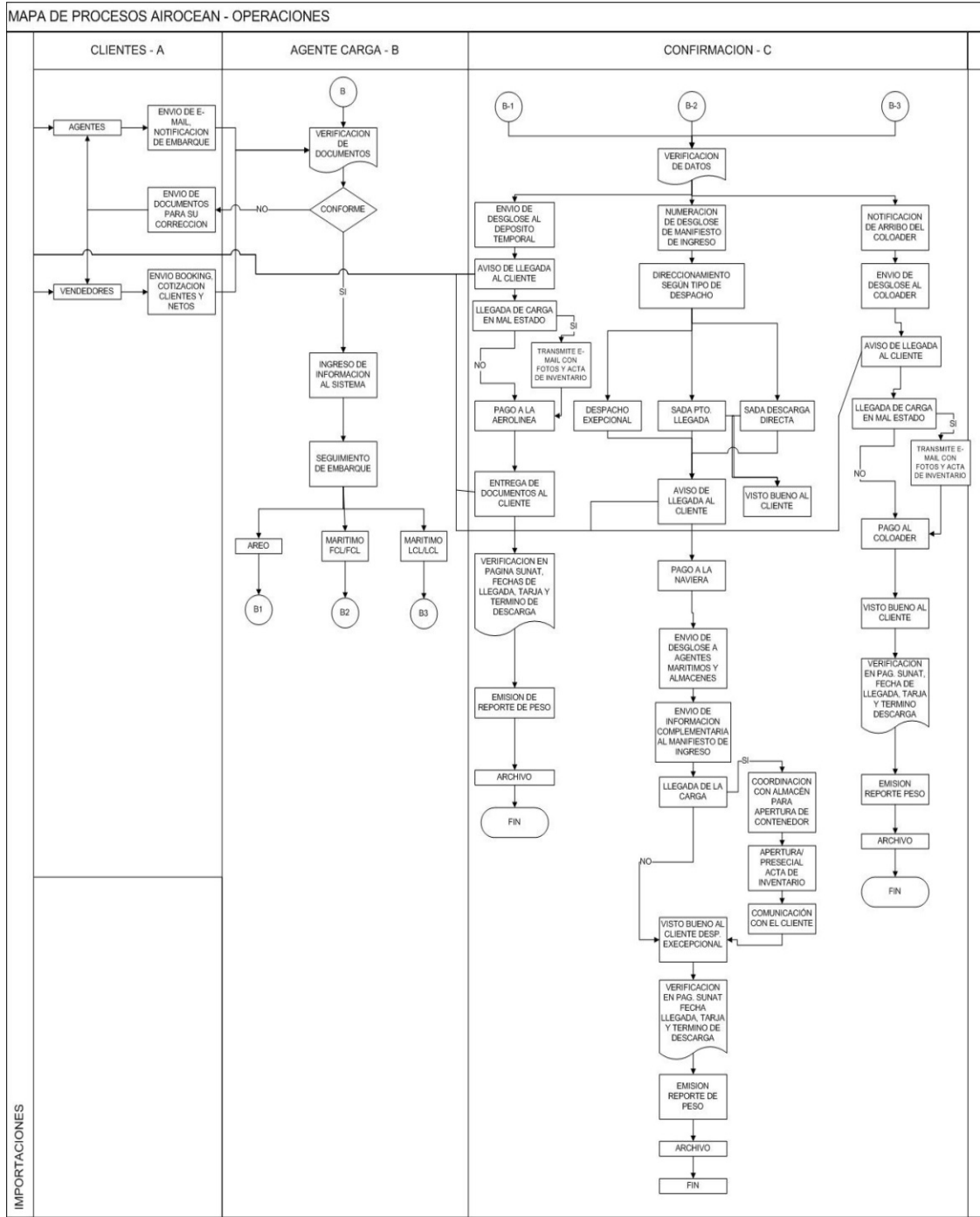
Anexo 6: Presupuesto

PRESUPUESTO ANUAL DE IMPLEMENTACION Y MANTENIMIENTO DE SISTEMA TRACKING EN DOLARES AMERICANOS

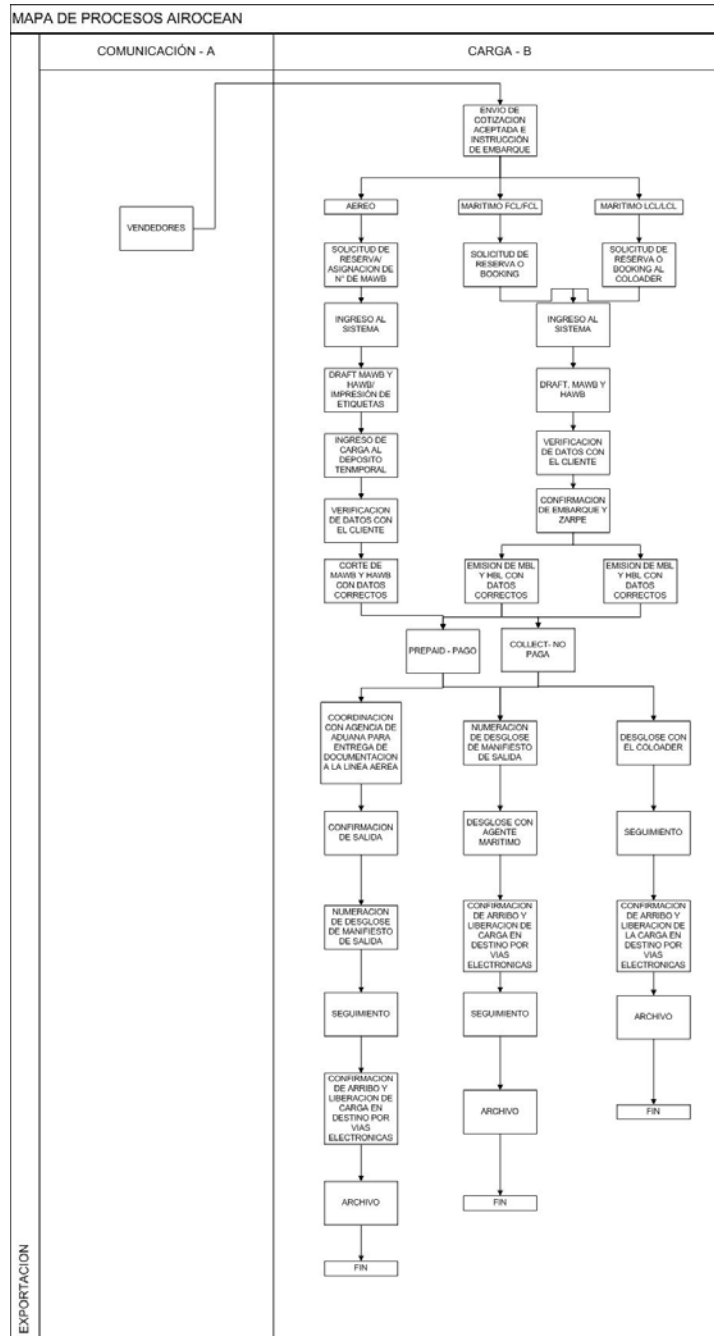
CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Diseño del Sistema	\$300.00	\$300.00										
Compra de Scanner	\$1,150.00											
Capacitación de Personal		\$125.00										
Personal 1/2 para scanner		\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00
Compra móviles despachadores 2	\$600.00											
Plan de datos para Celulares		\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00
Prima seguro de Móviles		\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$12.00
Ampliación de Disco Duro en nueve		\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00
Mantenimiento de Tracking		\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00
Total	\$2,050.00	\$957.00	\$657.00	\$532.00	\$532.00	\$532.00	\$532.00	\$532.00	\$532.00	\$532.00	\$532.00	\$532.00

Costo de Implementación	\$2,600.00
Costo Mensual	\$532.00

Anexo 7: Mapa de proceso de importación



Anexo 8: Mapa de proceso de exportación



Anexo 9: Tiempo de ocupación – funciones del Área de Atención al Cliente

Operación del cliente interno		Sueldo Bruto S/. 2,500.00
		Dias X dia
Promedio de cantidad de embarque mensual	93 embarques	30 83.3333333
Dias laborables mensual	20 dias	
Horas laboradas mensuales	160 horas	Horas X Hora
Horas laboradas diarias	8 horas (480 i(9 am a 6 pm)	8 10.4166667
Embarques diarios	4.65	

Actividades	Veces al día	Tiempo x vez (minutos)	Total minutos	Horas	Porcentaje laboral	Valor S/.
Enviar correos (notificación de embarque, anexos documentos de origen)	11	6	66	1.10	12.52%	11.46
Si cliente no responde Email en el transcurso del día, se llama por teléfono.	4	5	20	0.33	3.80%	3.47
Si hay errores en los datos de embarque, se pide a origen que se corrija la documentación, con copia a Operaciones.	4	7	28	0.47	5.31%	4.86
Se comunica a Operaciones los errores y correcciones de los documentos, por email, con confirmación de lectura.	3	3	9	0.15	1.71%	1.56
Contestar llamadas Telefónica y/o emails de clientes por información de sus embarques.	35	8	280	4.67	53.13%	48.61
Si hay algún problema, retraso de entrega de documentos u otros, se notifica a Operaciones, para la resolución del problema	4	1	4	0.07	0.76%	0.69
Facturación y atención al cliente en nuestras instalaciones, para el endose de documentos y pago de visto bueno	10	10	100	1.67	18.98%	17.36
Entrega de facturas con voucher de depósito o cheque al aérea de Finanzas.	10	2	20	0.33	3.80%	3.47
			527	8.78	100.00%	S/. 91.49

Anexo 10: Ficha técnica – Cliente Interno

FICHA TÉCNICA ENTREVISTA – MERLY CAMARENA MUÑOZ	
Tema	Proceso de atención al cliente
Fecha de la entrevista	22 de enero del 2016
Lugar	Empresa Airocean Cargo SAC
Duración	30 minutos
Moderador	Josué Ugaz
Cantidad de entrevistados	1
Objetivo	Identificar y cuantificar las tareas diarias a desarrollar en el área de atención al cliente
PREGUNTAS	
	¿Cuánto tiempo labora en la empresa Airocean Cargo SAC?
Rpta.	“Vengo trabajando 1 año y medio”
	¿Te gusta el ambiente laboral en Airocean Cargo?
Rpta.	“Si, es agradable trabajar aquí, mis compañeros son bastante accesibles y colaborativos”
	¿Está satisfecho con las funciones que realiza?
Rpta.	“Me gusta mi trabajo pero me demanda más de las horas laborables permitidas debido a la carga de trabajo que enfrento día a día”
	¿Considera que tiene las herramientas necesarias para desempeñar sus actividades diarias en la empresa?
Rpta.	“Creo que nos falta automatizar algunos procesos, por ejemplo en mi área deberíamos tener una herramienta que me ayude a descargar algunas actividades las cuales me toma la mayor cantidad de horas”
	¿Cree usted que sus funciones están bien definidas?
Rpta.	“Si lo están”.
	¿Podrías describir y cuantificar tus tareas diarias?
Rpta.	“ Si por supuesto”