



PAP 3J02: CEDECOM INTERNACIONAL

Lic. en Administración de Empresas y Emprendimiento Ismael Dueñas Corona

Lic. en Comercio y Negocios Globales. Pablo López Brockmann

Lic. en Mercadotecnia. Ricardo Contreras Beltrán

Lic. en Comercio y Negocios Globales. Alonso Martínez López

Lic. en Ingeniería Industrial. Arturo Gómez Iglesias

Del 16 de Enero al 12 de Mayo 2022

Asesor: José Manuel Allera



Tabla de contenido

1. Introducción
2. Oferta de Valor
3. Matriz de relación
4. Relación de puntos de contacto por procesos
5. Análisis de quejas
6. Incidencias y rectificaciones
7. Ejemplo de CJM (marítimo)
8. Definiciones del CJM
9. Net Promoter Score
10. Conclusiones
11. Recomendaciones
12. Bibliografía



Introducción

- Definición y contexto de las agencias aduanales (CAAAREM).
- Investigación interna y profunda del contexto de Uni-Trade dentro del sector.
- Conocimiento de procesos de exportación e importación.
- Apertura de conversaciones con Uni-Trade.



Oferta de valor

Ofrecer soluciones logísticas integrales de transportación mundial, comercio exterior y servicio personalizado a nuestros clientes a nivel nacional e internacional representando el cuidado de la cadena de suministro. (UNI-TRADE)

“Entregar la mercancía en tiempo y forma según lo acordado así como la cuenta de gastos de manera oportuna y completa.” (UNI-TRADE)



Matriz de relación

PROCESOS	Subprocesos	PRODUCTOS Y SERVICIOS	Puntos de Contacto con el Cliente
Exportación Marítima	Revalidación de BL	Recepción de documentos (BL, Contenedor, facturas)	
	Creación Bodega	Revisar documentos	Envía Facturas y documentos, acepta realizar subdivisión
	Creación Tráfico (Impo/expo)	Revalidar BL	
	Clasificación Tráfico	Asignación de lugar al contenedor	
	Cotización de Servicio	Seguimiento a procesos de calidad de Unitrade	Recibe cotización de servicio y acepta o no la cotización, cliente realiza depósito de pago operaciones
	Servicio de Transporte	Tramitación de despacho, cortes, pagos en los diferentes intermediarios logísticos.	
	Creación de Pedimento	Notificar las actas de incidencias recibidas al área legal y calidad de forma inmediata y entregarlas posteriormente a su jefe inmediato	
	Comprobante de venta electrónico	Realizar reconocimientos previos de mercancía. (muestreros, des y con, previo ocular)	
	Cierre consolidado	Mantener la comunicación con coordinadores mediante avisos de llegada de mercancías, rojos entre otros.	
	Glosa y revisión de pedimento	Despacho de pedimentos marítimos.	Revisa Base de Datos Cliente vs Uni Trade
	Validación	Presentar mercancías en reconocimientos aduaneros.	Recibe PROFORMA para revisión
	Pago	Colocación, cambios de sellos o cintillos. Control de cintas rotuladas, buen manejo de Tablet en su caso.	
	Internación de Carga	Soporte a tramitación de exportación	
	Registro bitácora y observaciones	Aplicar los procedimientos de seguridad NEEC/OEA en sus actividades, así como las políticas establecidas.	

PROCESOS	Subprocesos	PRODUCTOS Y SERVICIOS	Puntos de Contacto con el Cliente
Importación Marítima	Revalidación de BL	Recepción de documentos	
	Registro de factura	Revalidación de BL	Cliente envía Facturas y documentos, cliente acepta subdivisión
	Revisión Previo	Solicitar cita para previo	
	Creación Tráfico (Impo/expo)	Elaboración de PROFORMA	
	Clasificación Tráfico	Glosa de PROFORMA	
	Cotización de Servicio	Revisión de documentos	Recibe cotización de servicio y acepta o no la cotización, cliente realiza deposit de pago operaciones
	Servicio de Transporte	Pago de pedimento	
	Creación de Pedimento	Asignación de medio de transporte	
	Comprobante de venta electrónico	Programación de citas con terminal	
	Cierre consolidado	Modulación	Revisa Base de Datos Cliente vs Uni Trade
	Glosa y revisión de pedimento	Transporte (Logística)	Recibe Proforma para revisión
	Validación	Almacenaje y distribución y transportación terrestre	
	Pago	Monitoreo de Uni Trade	
	Despacho Mex	Despacho aduanal	
	Entrega de Mercancía destino final	Reportes online	
Registro bitácora y observaciones	Notificaciones	Se envían notificaciones al cliente sobre el estatus.	

PROCESOS	Subprocesos	PRODUCTOS Y SERVICIOS	Puntos de Contacto con el Cliente
Importación Aérea	Revalidación de guía	Despacho aduanal	Cliente envía factura y documentos
	Registro de facturas	Garantía de espacio con las aerolíneas	Cliente acepta servicio
	Revisión y clasificación	Almacenaje y distribución	Logística prepara cotización a cliente
	Creación de tráfico	Reportes online	Se le va notificando al cliente mediante reportes online el status de como va el tránsito de su mercancía
	Cotización y servicios	Empaque	Entrega de mercancía a transportista asignado por cliente
	Servicio de transporte	Servicio puerta a puerta	
	Creación de pedimento	Notificaciones	Se le va notificando al cliente mediante reportes online el status de como va el tránsito de su mercancía

Relación de puntos de contacto por procesos

Marítima exportación e importación

- Envía Facturas y documentos
- Acepta realizar subdivisión en operación
- Recibe cotización de servicio de transporte y acepta
- Realiza depósito de pago operaciones de transporte
- Recibe Proforma para revisión y autoriza
- Se envían notificaciones al cliente sobre el estatus

Terrestre exportación e importación

- Envía factura y documentos
- Acepta realizar subdivisión en Operación
- Recibe cotización de servicio de transporte y acepta (Servicio FTL)
- Realiza depósito de pago operaciones de transporte
- Recibe notificación de ingreso de mercancía a bodega fiscal y autoriza
- Solicita Operación al almacén (Bodega)
- Recibe cotización de pago de impuestos y acepta
- Solicita manifiesto
- Recibe Proforma para revisión y autoriza



Relación de puntos de contacto por procesos

Aérea exportación e Importación

- Envía factura y documentos
- Acepta realizar subdivisión en Operación
- Recibe cotización de servicio de transporte y acepta (Servicio FTL)
- Realiza depósito de pago operaciones de transporte
- Recibe cotización de transporte internacional y acepta (Servicio Puerto Origen AMX)
- Recibe cotización de transporte para recolección y acepta (Servicio AMX - Puerto destino)
- Solicita servicio de transporte internacional
- Recibe cotización de transporte internacional (Servicio AMX destino final)
- Recibe Proforma para revisión y autoriza
- Se envían notificaciones al cliente sobre el estatus

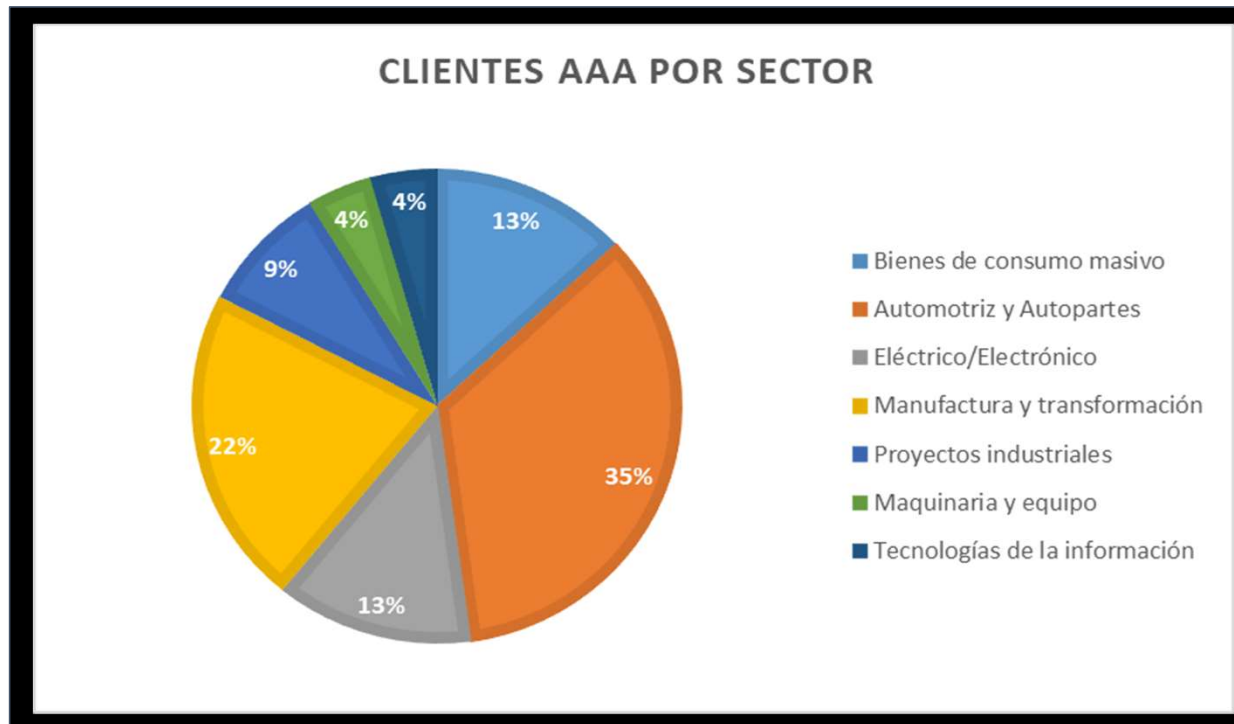


Análisis de quejas

- *Revisión de documentos previo a la operación*
 - Queja por entrega errónea de nombre de cliente.
 - Se enganchó una caja incorrecta al pedido del cliente.
 - Queja por falta de mercancía, se despachó una caja menos.
 - Queja por falta de validaciones en la operación, debido a que no hay registro válido de que se hicieron, ni evidencias al respecto.
- *Información de la empresa colaboradora*
 - Queja realizada por falta de contacto con el cliente en cuanto a información, además de falta de coordinación del equipo.
 - Reportes incompletos al cliente, llenado de un reporte sin terminar.
- *Detalles del producto*
 - Quejas presentadas en el proceso de verificación documentación, no se realizó un previo, ya que era mercancía peligrosa.



Análisis de quejas: Clientes AAA



Como se puede apreciar, la mayor parte de los clientes triple A son de la industria automotriz con 6 unidades representando el 19%, después sigue la industria de los otra maquinaria que incluyen los montacargas con 9%, la siguiente sigue la de la alimentación con 2 unidades y todas las demás con la misma cantidad de clientes, el cual equivale a 1. Por lo que podemos concluir que la industria automovilística es donde se representa la mayor cantidad de clientes en cuanto a conteo.



Incidencias

1

INCIDENCIAS TOTALES 2021

MES	CLIENTE	UNI-TRADE
ENE	14	7
FEB	13	12
MAR	11	8
ABR	15	7
MAY	2	6
JUN	13	5
JUL	6	13
AGO	5	3
SEP	6	5
OCT	4	6
NOV	7	7
DIC	15	2
TOTAL	111	81
		192

2

INCIDENCIAS 2021 X ADUANA UTB AAMX/LOGMX

CDJ	GDL	LCA	MZO	PIN	VER	TIJ	COL	NLD	CDMX	ALT	MTY	Total
2	3	1	32	0	4	0	8	14	9	5	3	81

2 LOGAME
72 AAMX
7 LOGMX
81



Incidencias

INCIDENCIAS 2021 X ADUANA UTB AAMX/LOGMX

CDJ	GDL	LCA	MZO	PIN	VER	TIJ	COL	NLD	CDMX	ALT	MTY	Total
2	3	1	32	0	4	0	8	14	9	5	3	81

2 LOGAME
72 AAMX
7 LOGMX
81

- Manzanillo es donde más se obtuvieron el mayo número de incidencias con un total de **32** que representa un **39.50%** seguido por Nuevo Laredo con **14 (17.28%)** incidencias, solo con estas dos oficinas se tienen un **56.78%** del total de las incidencias.



Rectificaciones más frecuentes:

RECTIFICACIÓN	# DE VECES
Peso bruto	7
Tipo de contenedor	7
Clave recinto	5
Fecha entrada recinto	4
Numero de BL	3
Clave aduana	3
Fecha factura	2
Numero de guía	2
Nombre de buque	2
preferencia arancelaria	1
Valor en USD	1
Cantidad de bultos	1



Quejas, Incidencias y Rectificaciones por Gerencia

GERENCIA DE:	QUEJAS	INCIDENCIAS	RECTIFICACIONES	TOTAL:
ALDO TELLEZ	34	3	11	48
NAYARA SILLAS	7	1	16	24
EDGAR AGUILAR	2	6	15	23
MANUEL GARZA	7	1	9	17
GENESIS ARCE	7	1	1	9
CHRISTIAN RIZO	6	1	1	8
ARTURO DE LA VEGA	1	1	1	3
IVETTE CAÑEDO	1	1	1	3



Ejemplo de CJM (marítimo)



CJM Proceso Marítimo

Etapas del viaje contacto con el cliente	Registro de factura	Cotización de Servicio	Cierre consolidado	Glosa y revisión de pedimento	Se envían notificaciones al cliente sobre el estatus. (no lo menciona pero hay que comentarlo)
Actividades	Cliente envía Facturas y documentos, cliente acepta subdivisión	Recibe cotización de servicio y acepta o no la cotización, cliente realiza depósito de pago operaciones	Revisa Base de Datos Cliente vs Uni Trade	Recibe Proforma para revisión	Se envían notificaciones al cliente sobre el estatus. (no lo menciona pero hay que comentarlo)
Muy Contento	😊	😊		😊	
Satisfecho en general			😐		😐
Triste					
Experiencia	Un proceso estandarizado por Uni-Trade, sin embargo existen detalles que tienen que afinar en cuanto a comunicación con el cliente acerca de	No existen quejas relacionadas con el cliente en cuanto a cotizaciones, por lo que se asume que el servicio es proporcionado correctamente. Solamente destacar sobre los servicios extras por falta de documentos, errores de datos en los	Con base a las quejas, hay una cantidad importante de quejas por errores de previos, los cuales no se hacen hasta que pase la situación, por lo que es un área de refuerzo para la	No existen registros acerca de errores en la proforma, por lo que es correcto concluir que el trabajo en esta área es acertada, sin dejar de intentar de hacerlo cada vez mejor	Este espacio es importante, ya que en pasadas experiencias acerca de la comunicación con el cliente demuestran que hay detalles que se tienen que corregir, por ejemplo: verificar datos en la operación, informes en tiempo real
Expectativas del Cliente	Obtener entrega de factura con los datos correctos de la empresa, para evitar retrabajos por parte de	Que se desglose cada uno de los gastos y que se respete los precios sin ningún trabajo extra por errores internos, en cuanto a la operación	Recibir todo documento con la información correcta y verificada antes de enviársela	Que los detalles en la futura factura estén correctos, sin ningún tipo de error y que se envíe de manera puntual	Que se le den los informes acertados, rápidos y con calidad en el servicio



Customer Journey Map

El Customer Journey es una estrategia utilizada en la gestión del customer experience, permite conocer la interacción, canales y elementos por los que éste atraviesa en los diferentes puntos de contacto en su proceso de compra.

Necesidades del cliente:

- Maximizar la eficiencia de distribución de sus productos.
- Incrementar su rentabilidad en la logística de sus productos.
- Optimizar los costos de exportación/importación.
- Generar alianzas estratégicas con proveedores (agencia aduanal, logística y almacenaje)
- Generar alianzas estratégicas con operadores 3PL.

Necesidades del prospecto:

- Identificar un Agente Aduanal de confianza
- Resolver la necesidad de logística de importación o exportación a un precio competitivo
- Cumplir con los requerimientos formales para exportar/importar
- Contar con seguro para su mercancía
- Recibir la asesoría de los expertos en las operaciones internacionales



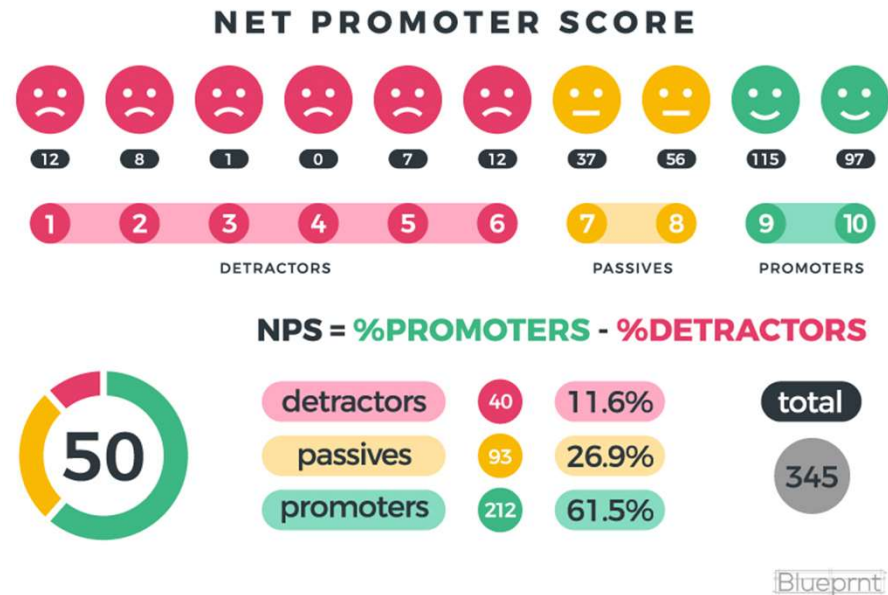
Net Promoter Score

Punto de contacto: En los momentos de verdad, donde se tenga contacto directo con el cliente, es decir al finalizar una operación relevante de los procesos aéreo, marítimo y terrestres.

Frecuencia de la aplicación: Cada que el servicio que haya requerido el cliente de la agencia, llegue a su fin.

Títulos a quienes se le aplicará la encuesta: A los clientes AAA que trabajen con la agencia aduanal UNI-TRADE.

NPS: método que se utiliza para medir qué calificación proporciona un cliente a tus servicios y/o atención. La puntuación va de 0 a 10 y tiene como objetivo averiguar cuál es el sentimiento del cliente hacia la empresa.





Conclusiones

- Uni-Trade deja claro que es una empresa fuerte, estructurada y organizada con más de 30 años de experiencia como Agencia Aduanal y Logística, actualmente una empresa 3PL.
- En todo este tiempo han fortalecido sus debilidades y han aprovechado sus amenazas al mitigarlas o tomarla como una oportunidad comercial.
- Cuenta con el área de Calidad y las normas necesarias para buscar la estandarización en sus procesos operativos y administrativos. Quedando en evidencia con toda la documentación e información que fue compartida durante el proyecto
- La oferta de valor se encuentra implícita y se deja la primera explícita como:

“Entregar la mercancía en tiempo y forma según lo acordado, así como la cuenta de gastos de manera oportuna y completa.” (UNI-TRADE)
- Está preocupada y ocupada por la atención que recibe el cliente monitoreando regularmente las quejas, incidencias y rectificaciones como es tratado el cliente tanto en las operaciones marítimas, terrestre y aéreas, de importación como de exportación, tiene Gerencia con importante impacto en las quejas, incidencias y rectificaciones.

Recomendaciones



- Abrir puestos en la corporación que ayude a la interpretación de datos, en cuanto a quejas, incidencias y evaluaciones hacia la empresa.
- Calificar mensualmente el compromiso de la oferta de valor, impactando en los números dados de ese mes. Ver si se están cumpliendo.
- Una vez definida y acordada la Oferta de Valor debe ser comunicada de boca en boca y publicada en toda la empresa, para vivirla día con día.
- Monitorear continuamente los puntos de contacto con el cliente para asegurarse de que la experiencia del cliente se siempre la mejor,
- Implementar el Net Promoter Score (NPS) para conocer la fidelidad del cliente y a su vez evaluar la calidad en el servicio y el cumplimiento de la oferta de valor y generar acciones preventivas y correctivas.
- En cuanto a la marca, Uni-Trade está en una posición prestigiosa, y debe hacer esfuerzos para que la percepción del cliente y sea validada como una marca reconocida por su valor en comparación a la competencia;



Bibliografía

Importancia de la misión y visión en la empresa | Crecer Factoring. (2018, August 10). Crecer. Retrieved January 27, 2022, from <http://www.crecer.cl/importancia-mision-vision-empresas/#:%7E:text=La%20misi%C3%B3n%20y%20visi%C3%B3n%20permite,para%20qu%C3%A9%20ha%20sido%20creada.>

Integratec. (Enero de 2020). Integratec. Obtenido de <https://www.integratec.com/blog/que-es-un-organigrama-y-para-que-sirve.html>

Mejía, C. A. (2003). Documentos Planning . Obtenido de https://www.planning.com.co/bd/mercadeo_eficaz/Julio2003.pdf



GRACIAS !!!!!

