

**Informe de práctica empresarial bajo el modelo de Intervención Empresarial
realizado en la empresa iContainers S.A (Innova Services & Solutions SAS)**

Juan Andrés Tangarife Patiño

Docente Evaluador:

Gloria Inés Echeverri Lopera

Programa de Negocios Internacionales

Universidad Católica Luis Amigó

Medellín 2025

Tabla de contenido

Glosario.....	5
Resumen ejecutivo.....	11
Introducción.....	12
1. Antecedentes.....	14
2. Empresa objeto de la práctica.....	15
2.1. Objeto social.....	15
2.2. Misión.....	15
2.3. Visión.....	15
2.4. Valores corporativos.....	15
2.5. Objetivos estratégicos.....	15
2.6. Rol comercial.....	16
3. Agencia objeto de la práctica.....	17
3.1. Cargo desempeñado.....	17
3.2. Perfil del cargo.....	17
3.3. Objetivo del cargo.....	18
3.4. Funciones para realizar.....	18
3.5. Relación con otros cargos.....	19
3.6. Herramientas y equipos para la ejecución del cargo.....	19
3.7. Condiciones de trabajo.....	19
3.8. Entrenamiento.....	19
3.9. Competencias.....	20
3.10. Responsabilidades.....	20
3.11. Deberes.....	20
3.12. Riesgos del cargo.....	21
4. Características de la práctica.....	22
4.1. Justificación.....	22
4.2. Objetivo general.....	23
4.3. Objetivos específicos.....	24
5. Informe ejecutivo.....	25
Desarrollo de objetivos específicos.....	25
6. Propuesta de valor.....	27
6.1. Operaciones más eficientes.....	27
6.2. Mejora de la Gestión de la Organización – Gestión de procesos y funciones.....	27
6.3. Permite tomar mejores decisiones – Decisiones informadas.....	27
6.4. Mejora de la productividad – Automatización de procesos – Simplificar lo	



repetitivo.....	27
6.5. Satisfacción del cliente – Procedimientos para cubrir las necesidades de los clientes.....	27
7. Plan de mejora.....	28
7.1. Diagnóstico de la situación actual.....	28
7.2. Implementación de reuniones interdepartamentales periódicas.....	30
7.3. Mejora del proceso de recopilación de información del cliente.....	30
7.4. Automatización de la búsqueda de tarifas.....	31
7.5. Capacitación cruzada entre equipos.....	34
8. Aportes a mi formación personal.....	47
9. Aportes a mi formación profesional.....	49
10. Conclusiones.....	50
11. Recomendaciones.....	52
12. Bibliografía y Webgrafía.....	53



Índice de ilustraciones y tablas

Ilustración 1: Tipos de servicios que ofrece iContainers.....	13
Ilustración 2: Operaciones.....	14
Ilustración 3: Cifras de iContainers.....	16
Ilustración 4: Logo de iContainers.....	17
Ilustración 5: Web de búsqueda de iContainers.....	18
Ilustración 6. Organigrama.....	19
Ilustración 7: Tipos de contenedores que ofrece iContainers.....	20
Ilustración 8: Búsqueda de cotizaciones en iContainers.com.....	28
Ilustración 9: Cifras iContainers.....	31
Ilustración 10: Detalles para búsqueda de cotizaciones.....	32
Ilustración 11: Tarifas de diferentes navieras.....	33
Ilustración 12: Trabajo en equipo.....	34
Ilustración 13: Barco portacontenedores.....	35
Ilustración 14: Servicio de despacho aduanero.....	36
Ilustración 15: Servicio de transporte terrestre.....	37
Ilustración 16: Servicio de transporte aéreo.....	37
Ilustración 17: Análisis de logística.....	39
Ilustración 18: Algunos de los proveedores de servicios logísticos.....	39
Tabla 1: Esquema Plan de mejora.....	46



Glosario

Agente de carga:

Persona o empresa que se encarga de organizar y gestionar el transporte de mercancías a través de diferentes modos de transporte. El agente de carga puede trabajar directamente con las navieras, aerolíneas y otros proveedores de servicios logísticos.

Air Waybill (AWB):

Documento utilizado en el transporte aéreo que sirve como contrato de transporte entre el remitente y la aerolínea, similar al Bill of Lading en el transporte marítimo.

B/L (Bill of Lading):

Documento legal que certifica el contrato de transporte de mercancías y la propiedad de la carga. Es utilizado tanto en el transporte marítimo como en el aéreo y detalla las condiciones del transporte y la entrega.

BAF (Bunker Adjustment Factor):

Recargo aplicado al flete para cubrir la variación en el precio del combustible marino. Este costo fluctúa y puede añadirse al precio base del flete.

Booking (Reserva de espacio):

Solicitud formal de espacio en un barco, avión o camión para transportar mercancía en una fecha determinada.

CAF (Currency Adjustment Factor):

Cargo adicional para compensar las fluctuaciones en el tipo de cambio de las divisas, aplicado sobre todo en rutas internacionales con múltiples monedas.

Carga a granel:

Carga que no se embala ni paletiza, como granos, minerales o líquidos. Se transporta directamente en bodegas de barcos o tanques.

Carga break bulk:

Tipo de carga que se transporta sin contenedor, en piezas sueltas o unidades individuales (ej. maquinaria, bobinas, sacos). Se carga y descarga por separado y es común en buques convencionales.

Carga general:

Tipo de mercancía no peligrosa y de manipulación sencilla que no requiere condiciones especiales de transporte.



Carga IMO (Mercancía peligrosa):

Mercancía regulada por el Código IMDG debido a su peligrosidad (explosivos, inflamables, tóxicos, etc.). Requiere etiquetado, embalaje y documentación especial.

Carga overweight:

Tipos de carga que excedan los pesos máximos permitidos: por lo general, tienen costos adicionales.

Carga paletizada:

Mercancía que se agrupa y se fija sobre *pallets* (tarimas) para facilitar su manipulación con montacargas o transpaletas.

Carga reefer (Refrigerada):

Carga que requiere temperatura controlada. Se transporta en contenedores refrigerados ("reefers") ideales para alimentos, medicamentos o productos perecederos.

Commercial invoice (Factura comercial)

Documento legal que detalla la venta de bienes entre el comprador y el vendedor, incluyendo la descripción de los productos, cantidades, precios, condiciones de venta e información del envío. Es necesario para los trámites aduaneros y para calcular impuestos y aranceles en el comercio internacional.

Consolidación de carga:

Proceso en el cual cargas de diferentes clientes son agrupadas en un mismo contenedor o transporte, permitiendo reducir costos y optimizar el espacio de carga.

Contenedor 20ft:

Contenedor estándar de 20 pies utilizado para el transporte de mercancías. Es el contenedor más pequeño en términos de tamaño, generalmente utilizado para cargas menos voluminosas. Capacidad máxima permitida 36,000 lbs. Las dimensiones exteriores de un contenedor de 20 pies son 6,10 metros de largo, 2,44 metros de ancho y 2,59 metros de alto. Las dimensiones interiores son 5,898 metros de largo, 2,352 metros de ancho y 2,393 metros de alto.

Contenedor 40ft:

Contenedor estándar de 40 pies, utilizado para transportar una mayor cantidad de mercancías. Es uno de los tamaños más comunes para grandes volúmenes de carga. Capacidad máxima: 44,000 lbs. Las dimensiones exteriores de un contenedor de 40 pies son 12,19 metros de largo, 2,44 metros de ancho y 2,59 metros de alto.



Contenedor 40HC (40ft High Cube):

Contenedor de 40 pies de longitud, pero con una altura adicional (normalmente 9'6"), lo que permite una mayor capacidad de carga vertical, ideal para mercancías de gran volumen o carga ligera y voluminosa. Capacidad máxima: 44,000 lbs. Un contenedor de 40 pies High Cube (HC) tiene las siguientes dimensiones: Longitud: 12,032 mm (39' 5 5/8"), Ancho: 2,350 mm (7' 8 1/2"), Altura: 2,70 m, Volumen: 76 m³, Peso tara: 3.900 kg.

Cut-off time:

Hora límite para entregar documentación o carga antes de que el contenedor sea cargado en el barco o avión. No cumplir este horario puede implicar retrasos o cargos adicionales.

Declaración Aduanera de Exportación:

Este término hace referencia a la declaración que se presenta a la aduana para la exportación de productos.

Demurrage:

Cargo adicional que se cobra cuando la mercancía permanece en el puerto o terminal por un tiempo mayor al establecido en el contrato de transporte. Este cargo tiene como fin desincentivar el uso prolongado de los espacios de almacenamiento.

Door-to-Door:

Servicio logístico que cubre el transporte de mercancías desde el punto de origen (puerta del remitente) hasta el destino final (puerta del receptor), asegurando la gestión completa del proceso de envío.

Draft BL (Bill of lading en borrador):

Versión preliminar del conocimiento de embarque enviada para revisión antes de ser emitida oficialmente.

ETA (Estimated Time of Arrival):

Fecha y hora estimadas de llegada de la mercancía al puerto o destino final. Es un dato clave para la planificación logística.

ETD (Estimated Time of Departure):

Fecha y hora estimadas de salida de la mercancía desde el puerto de origen.

Export customs clearance (Desaduanaje de exportación):

Proceso mediante el cual las mercancías son inspeccionadas y aprobadas por las autoridades aduaneras de un país antes de ser aprobadas para su salida.

FCL (Full Container Load):



SC-CER152085



Transversal 51A #67B 90 Medellín - Colombia.
NIT.: 890.985.189-9 Vigilada Mineducación
Tel.: (604)4487666 Correo: ucatolicaluisamigo@amigo.edu.co
www.ucatolicaluisamigo.edu.co



Tipo de envío en el cual un contenedor completo es utilizado para el envío de la mercancía de un solo cliente, sin compartir espacio con otras cargas. Esto puede incluir contenedores de diferentes tamaños, como los de 20ft, 40ft o 40HC.

Flete aéreo:

Costo del transporte de mercancías por vía aérea. Aunque más costoso que el flete marítimo, el flete aéreo es ideal para envíos urgentes o productos de alto valor que requieren un tránsito más rápido.

Flete marítimo:

El costo del transporte de mercancías por vía marítima puede ser negociado con diferentes compañías navieras. Los fletes marítimos son una de las opciones más económicas para el transporte de grandes volúmenes de carga.

Forklift:

Un forklift (en inglés) o montacargas (en español) es un vehículo industrial utilizado para levantar, mover y transportar cargas pesadas o voluminosas en distancias cortas.

Freight forwarder (Transitario):

Empresa intermediaria que organiza y coordina el transporte de mercancías en nombre del remitente. No suele poseer medios propios de transporte, pero se encarga de gestionar rutas, documentación, seguros y aduanas.

HS Code (Harmonized System Code):

Código numérico internacional estandarizado que clasifica productos para exportación e importación. Facilita procesos aduaneros, aranceles y restricciones comerciales.

iContainers - Shipa Freight:

Plataforma digital de transporte de carga internacional que ofrece soluciones logísticas eficientes para el envío de mercancías por vía marítima y aérea, facilitando la gestión de fletes y cotizaciones al instante para clientes globales.

Import customs clearance (Desaduanaje de exportación):

Proceso mediante el cual las mercancías son inspeccionadas y aprobadas por las autoridades aduaneras de un país antes de ser ingresadas a un país.

Incoterms (International Commercial Terms):

Conjunto de normas internacionales que definen las responsabilidades de compradores y vendedores en las transacciones comerciales internacionales. Los Incoterms determinan quién asume los costos y riesgos en cada etapa del transporte y entrega de mercancías.



Ejemplos comunes incluyen: EXW (Ex Works), CFR (Cost and Freight), CIF (Cost, Insurance, and Freight), FOB (Free On Board), DAP (Delivery At Place), entre otros.

ISF (Importer Security Filing), también conocido como "10+2"

Es una normativa del Departamento de Aduanas y Protección Fronteriza de los Estados Unidos (CBP, por sus siglas en inglés) que requiere que los importadores y sus agentes presenten información detallada sobre las mercancías antes de que éstas lleguen al puerto de entrada en EE.UU.

LCL (Less than Container Load):

Envío en el que la carga de diferentes clientes es consolidada en un solo contenedor. Es una opción más económica para aquellas mercancías que no llenan un contenedor completo. Puede ser 1 pallet, 2 pallets, etc.

Packing list (Lista de empaque):

Es un documento que detalla el contenido físico de un envío, incluyendo la descripción de los productos, cantidades, peso, dimensiones y tipo de embalaje. Se utiliza para verificar la mercancía en el destino y facilitar la recepción y manejo de la carga.

POD (Proof of Delivery):

Documento firmado por el receptor que confirma que la mercancía ha sido entregada correctamente y sin daños.

Roll over:

Situación en la que un contenedor no es embarcado en el buque programado y debe esperar al siguiente. Puede deberse a sobrecarga del barco o errores logísticos.

Storage fees (Tarifas de almacenamiento):

Costo asociado al tiempo adicional que las mercancías permanecen almacenadas en un puerto o almacén. Las tarifas de almacenamiento varían según el tiempo y las condiciones del contrato.

Tarifa All-In:

Flete que incluye todos los cargos adicionales (como BAF, CAF, THC), proporcionando una tarifa total sin costos ocultos.

Transbordo (Transshipment):

Transferencia de mercancía de un buque a otro durante su trayecto hacia el destino final. Es común cuando no hay rutas directas.

Transit time (Tiempo de tránsito):



Tiempo estimado que tarda una mercancía en viajar desde su origen hasta el destino, sin contar los posibles retrasos por aduanas o clima.

Trazabilidad de envíos:

Proceso que permite hacer un seguimiento detallado de la ubicación y el estado de las mercancías a medida que se trasladan de un lugar a otro, desde el origen hasta el destino final.

VGM (Verified Gross Mass):

Peso bruto verificado de un contenedor, incluyendo el peso del contenedor más la carga. Es obligatorio para cumplir con el Convenio SOLAS, y debe ser declarado antes del embarque.



Resumen ejecutivo

El presente informe describe el proceso de intervención empresarial realizado durante la práctica profesional en la empresa *iContainers*, especializada en servicios de transporte de carga internacional. El objetivo principal del proyecto fue mejorar la eficiencia operativa de la empresa mediante la optimización de procesos internos, la mejora en la captación de clientes y la implementación de estrategias de asesoría en comercio internacional dirigidas a pequeñas y medianas empresas. Además, se identificaron áreas de oportunidad en el manejo de cotizaciones, tiempos de respuesta y la fidelización de clientes.

Durante la práctica, se trabajó en la optimización de sistemas de captura de datos, la creación de flujos de trabajo eficientes y la implementación de un sistema ágil para la generación de cotizaciones, lo que permitió mejorar la precisión y velocidad en la atención al cliente. Se diseñaron estrategias de negociación con proveedores y clientes, lo que permitió mejorar los costos sin comprometer la calidad del servicio. Además, se desarrollaron programas de formación y asesoría para PYMES en temas clave del comercio internacional.

El informe también presenta una propuesta de valor que incluye la automatización de procesos repetitivos, la mejora en la atención post-venta, y la implementación de un sistema CRM avanzado para facilitar la toma de decisiones informadas. Como resultado, se espera que *iContainers* logre una mayor competitividad en el mercado, mejorando la satisfacción del cliente y empoderando a las PYMES con las herramientas necesarias para participar activamente en el comercio internacional.

Introducción

El proceso realizado durante mi práctica empresarial en *iContainers* consistió en una intervención orientada a mejorar la eficiencia operativa y la atención al cliente de la empresa. El objetivo principal fue identificar áreas clave para la optimización de procesos internos, especialmente en la gestión de cotizaciones, tiempos de respuesta y fidelización de clientes. A través de esta intervención, se buscó diseñar e implementar estrategias que mejoraran la captación de nuevos clientes, enfocándose particularmente en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) que requieren soporte en comercio internacional. El alcance del proyecto incluyó tanto la mejora de los procesos internos como la creación de herramientas de asesoría en comercio internacional para las PYMES.

El desarrollo metodológico del presente trabajo corresponde a un estudio descriptivo cualitativo, en el cual se utilizaron herramientas de recolección de información como la observación directa, entrevistas con los directivos y empleados de la empresa, y un diagnóstico organizacional. A través de estas metodologías, se identificaron las variables relevantes que impactan la eficiencia de los procesos y se definieron las áreas críticas que requerían optimización. Este enfoque permitió establecer un diagnóstico claro sobre la estructura de la empresa y las funciones de cada cargo involucrado en el proceso, además de identificar los puntos de mejora para la intervención.

El proyecto se organizó en varias fases. En primer lugar, se realizó un diagnóstico de los procesos internos existentes en *iContainers*, identificando las principales áreas de oportunidad. Luego, se diseñaron estrategias de mejora para optimizar la atención al cliente y la gestión de cotizaciones, tanto para clientes actuales como para los prospectos. Finalmente, se implementaron cambios y se establecieron nuevas prácticas de asesoría y negociación internacional, que no solo impactaron de manera positiva en los clientes, sino que también fortalecieron la relación con los proveedores. Todo esto fue respaldado por la integración de herramientas tecnológicas que permitieron una gestión más ágil y eficiente de las operaciones.

El desarrollo de esta práctica fue significativo tanto para la empresa como para el estudiante. Para *iContainers*, la intervención contribuyó a mejorar la eficiencia de sus procesos internos, incrementando la satisfacción del cliente y potenciando su capacidad para captar y retener clientes, especialmente en el sector de las PYMES. Para mí como estudiante, esta práctica representó una oportunidad invaluable de aplicar los conocimientos adquiridos en mi carrera de Negocios Internacionales, enfrentándome a un entorno profesional real y desarrollando habilidades prácticas en áreas clave como la logística internacional, la negociación y la atención al cliente. Este informe es el resultado de un trabajo colaborativo entre la empresa, los empleados, el estudiante y el docente,

quienes aportaron de manera significativa en la creación y ejecución de la propuesta organizativa, que es fundamental para la mejora competitiva de la empresa.

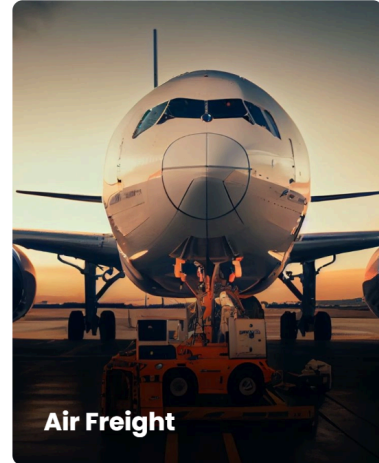
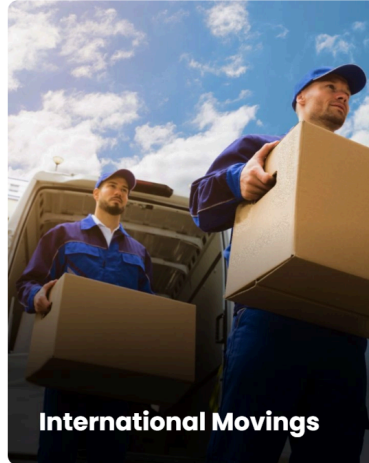
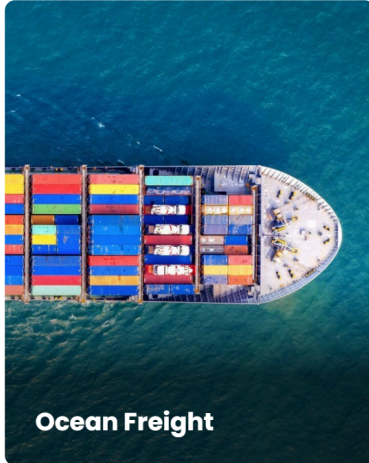


Ilustración 1: Tipos de servicios que ofrece *iContainers*



1. Antecedentes

iContainers ha estado revolucionando la logística global desde su fundación en 2007, con el objetivo de digitalizar el transporte de mercancías y ofrecer soluciones innovadoras en flete marítimo y aéreo. Desde sus inicios en Barcelona, España, la empresa ha destacado por su capacidad para integrar tecnología de vanguardia en sus operaciones, transformando la experiencia de envío tradicional en una plataforma 100% digital que le permite a sus clientes encontrar tarifas y soluciones logísticas de manera inmediata. Este enfoque ha permitido a **iContainers** establecer un nuevo estándar en eficiencia logística y satisfacción del cliente, consolidándose como líder en el sector.



Ilustración 2: Operaciones

A lo largo de los años, **iContainers** ha expandido su presencia globalmente, iniciando su incursión en el mercado estadounidense en 2013, lo que permitió potenciar sus servicios y ampliar su cobertura geográfica. En 2015, la empresa alcanzó un hito importante al gestionar más de 16,000 envíos, ayudando a empresas y familias de todo el mundo a trasladar sus mercancías de manera eficiente. En 2017, la apertura de la oficina en República Dominicana fortaleció aún más su red de operaciones en América Latina y el Caribe, mejorando su capacidad para atender a clientes en esta región clave.

En 2022, **iContainers** dio un paso significativo al unirse con **Shipa Freight**, ampliando su presencia en el Medio Oriente y combinando sus plataformas para ofrecer un proceso de reserva de transporte aún más innovador y ágil. Esta alianza estratégica permitió a la empresa integrar lo mejor de la tecnología y la logística, mejorando aún más la experiencia del cliente y consolidando su lugar en el ecosistema digital global de transporte de carga. Actualmente, la empresa continúa liderando el mercado, ofreciendo una experiencia de envío digital fluida, eficiente y con una cobertura global única.

A pesar de su éxito y consolidación en el mercado, **iContainers** enfrenta desafíos relacionados con la optimización de sus procesos internos y la mejora de la experiencia del cliente. Este informe se enfoca en identificar áreas clave de mejora en la eficiencia operativa y en la captación de nuevos clientes, con el fin de mantener su competitividad en un mercado global cada vez más demandante y dinámico.



2. Empresa objeto de la práctica

2.1. Objeto social

iContainers se dedica a ofrecer soluciones logísticas integrales para el transporte de carga internacional, utilizando principalmente flete marítimo y aéreo. Ofrecen servicios a clientes que van desde pequeñas y medianas empresas (PYMES) hasta grandes corporaciones, permitiendo la conexión entre Estados Unidos, Canadá y destinos internacionales, con un enfoque integral que cubre desde la negociación de tarifas hasta la entrega final de mercancías.

2.2. Misión

La misión de **iContainers** es proporcionar soluciones de transporte internacional eficaces y personalizadas, orientadas a mejorar la eficiencia de los procesos logísticos de empresas en diversas partes del mundo, garantizando la máxima satisfacción de sus clientes y un servicio de calidad en cada fase del proceso.

2.3. Visión

Convertirse en la empresa líder en servicios de transporte internacional, destacándose por su innovación, capacidad de adaptación a las necesidades del mercado y su enfoque centrado en el cliente. **iContainers** aspira a ser reconocida globalmente por su capacidad de ofrecer soluciones logísticas eficientes, seguras y de alta calidad.

2.4. Valores corporativos

- **Compromiso:** Con el servicio al cliente, la calidad y la mejora continua.
- **Innovación:** Buscar constantemente nuevas soluciones para los desafíos del comercio internacional.
- **Trabajo en equipo:** Colaboración entre todos los departamentos para ofrecer el mejor servicio.
- **Responsabilidad:** Asumir el compromiso con la entrega puntual y segura de las mercancías.

2.5. Objetivos estratégicos

- Mejorar la eficiencia operativa interna, reduciendo tiempos y costos.
- Incrementar la captación de clientes, con especial atención a las PYMES.
- Fomentar la repetición de los envíos con el fin de fidelizar a los clientes



- Fortalecer la experiencia del cliente, mejorando la comunicación y tiempos de respuesta.

2.6. Rol comercial

El rol comercial de **iContainers** es el de mantener relaciones estrechas con clientes internacionales, asesorar el proceso de envío de mercancías, gestionar negociaciones con proveedores (sean agentes de carga en otros países o *co-loaders* o compañías navieras de transporte y ofrecer soluciones personalizadas que optimicen los costos y tiempos de tránsito para los clientes.



Ilustración 3: Cifras de *iContainers*

Productos:

Air Freight: Servicio de transporte aéreo a través de proveedores como FedEx y Exfreight el cual a su vez presta servicios con las aerolíneas directamente por todo el mundo

Ocean Freight: El servicio marítimo es el producto más importante de la empresa el cual representa el 85 % de todas las operaciones de la empresa. razón por la cual hemos decido analizar este producto ya que ofrece los mejores precios y también, el transporte marítimo representa el 90% a nivel mundial en general.

Proveedores:

Los proveedores principales están divididos de acuerdo al servicio que se ofrece; los proveedores principales son las líneas navieras con las cuales se tienen contratos para el alquiler del contenedor y el espacio en cada barco , entre ellas se encuentran:

- Maersk, Hapag Lloyd, CMA-CGM, ONE, Zim, OOCL, entre otros

Entre los proveedores del servicio terrestre en Estados Unidos, se encuentran los siguientes compañías de camiones

- IMS, ITG, Vikings, Vp logistics, Delta, entre otros



Clientes:

Los clientes principales de iContainers son empresas pequeñas y medianas de Estados Unidos que requieren transporte de carga seca considera FAK (Free All Kinds), en contenedores de 20 ft y 40 ft.

Competidores:

- Global Logistical Connections INC: Empresa con 18 años de experiencia en el transporte de Carga aérea y Marítima

<https://glc-inc.com/>

- Flexport: Empresa en Estados Unidos

<https://www.flexport.com/>

- Económico:

Inflación:

En los últimos cinco años, la inflación en el sector del transporte internacional de mercancías ha sido volátil, con un marcado aumento durante la pandemia y la crisis energética resultante de la guerra en Ucrania. Además, los conflictos actuales entre el mar rojo y el mar mediterráneo por el canal del Suez han hecho que las tarifas y la disponibilidad de los contenedores sea más reducida. Aunque ha habido cierta estabilización en 2023, los costos siguen siendo elevados, impulsados por factores globales como la inflación general, los precios del petróleo, y las tensiones geopolíticas. Para esto, una oportuna actualización de precios que no solo se adapten a las necesidades del mercado sino también que compitan y garanticen disponibilidad hace que iContainers tenga una ventaja competitiva considerable respecto a sus competidores.

2019: Inflación moderada con variaciones en función de las rutas y las fluctuaciones del precio del petróleo. El entorno global del transporte se mantuvo relativamente estable.

2020: La pandemia provocó interrupciones masivas en la logística global, resultando en un aumento significativo de los costos debido a la escasez de capacidad y las restricciones operativas.

2021: El año más crítico en términos de inflación, con tarifas de transporte que se duplicaron o más en algunas rutas clave debido a la demanda acumulada y los persistentes cuellos de botella.

2022: Aunque los costos comenzaron a estabilizarse, la guerra en Ucrania y las sanciones globales mantuvieron la inflación en niveles elevados, especialmente por los altos precios de los combustibles.

2023: Los costos comenzaron a moderarse, pero la inflación sigue siendo superior a los niveles pre-pandemia debido a la persistencia de ciertos desafíos globales.

Desempleo:

Tabla Estimada de Desempleo en el Sector del Transporte de Mercancías a Nivel Internacional (2019-2023)

2019: Antes de la pandemia, el sector del transporte de mercancías gozaba de estabilidad laboral, con bajas tasas de desempleo. La demanda global de servicios logísticos y transporte estaba en crecimiento, lo que mantuvo una buena salud en el empleo.

2020: La pandemia trajo disrupciones, pero el sector se mantuvo relativamente resiliente ya que era esencial. Aunque algunas áreas sufrieron pérdidas de empleo, otras, como la logística y el transporte de bienes esenciales, se mantuvieron activas.

2021: A medida que las economías comenzaron a recuperarse, el sector experimentó fluctuaciones en el empleo. La alta demanda de transporte de mercancías enfrentó dificultades para cubrir vacantes, especialmente en transporte terrestre.

2022: El mercado laboral se estabilizó con la normalización de las operaciones, aunque la escasez de personal, especialmente en áreas como la conducción de camiones, seguía siendo un reto en varias regiones.

2023: El desempleo en el sector se acercó a niveles pre-pandemia, aunque la demanda de trabajadores capacitados y los cambios en las dinámicas laborales debido a la automatización y digitalización comenzaron a moldear el futuro del empleo en el sector.

Crecimiento:

Tabla Estimada de Crecimiento en el Sector del Transporte de Mercancías a Nivel Internacional (2019-2023)

2019: El sector del transporte de mercancías mostró un crecimiento estable, alineado con la expansión del comercio global y un entorno económico favorable. Las inversiones en infraestructuras logísticas y el aumento del comercio electrónico impulsaron la demanda.

2020: La pandemia provocó una contracción significativa en el sector, con una disminución del transporte internacional debido a las restricciones globales y la caída en la demanda de bienes no esenciales. Esto resultó en una disminución en el volumen de transporte y, por ende, en un crecimiento negativo.

2021: El sector experimentó una recuperación rápida y fuerte, impulsada por la reactivación de las economías, la reanudación del comercio internacional y el aumento de la demanda de transporte de bienes, especialmente en el comercio electrónico. Sin



embargo, la recuperación también enfrentó desafíos como la escasez de contenedores y congestión en los puertos.

2022: El crecimiento continuó pero a un ritmo más moderado, afectado por la guerra en Ucrania, que generó nuevas interrupciones en la cadena de suministro y aumentó los costos energéticos. A pesar de esto, la demanda global de transporte se mantuvo sólida.

2023: El crecimiento se estabilizó en niveles más sostenibles, con el sector ajustándose a las nuevas realidades post-pandemia. La digitalización y la automatización comenzaron a jugar un papel más importante en mejorar la eficiencia y gestionar los costos.

Ventajas competitivas

Ventajas competitivas que hacen que iContainers sea una de las empresas más competitivas del sector y se sobrepone ante las variables que los desafíos del entorno económico nos enfrenta:

- Red de agentes a nivel mundial: La empresa cuenta con una red de agentes de cada país con los cuales tiene acceso a tarifas preferenciales con las líneas navieras y hacen que un envío tenga supervisión física, haciendo que pueda brindarle información oportuna a sus clientes respecto a los envíos que están en proceso
- Spot Rates: La empresa cuenta con contratos especiales los cuales son gestionados por un departamento independiente llamado "Procurement", el cual se encarga de negociar tarifas preferenciales para las rutas más comunes del comercio mundial por mar.
- Sistemas de trazabilidad: La empresa cuenta con sistemas donde los clientes pueden ingresar para mirar toda la trazabilidad junto con el acompañamiento de un equipo de operaciones que se encarga de apoyar al cliente para el diligenciamiento de cada paso en el proceso de envío

Entorno político

Cumplimiento de Normativas: iContainers debe cumplir con las regulaciones internacionales y locales relacionadas con el transporte marítimo, aduanas y comercio internacional. Esto incluye regulaciones de seguridad, medioambientales y de tarifas, muchas de ellas gestionadas desde la OMC (Organización Mundial del Comercio), así como todas las leyes aduaneras que cada gobierno en cada país implementa. Para esto, cuenta con una red de brokers en las principales regiones para que los productos puedan contar con toda la documentación necesaria para ingresar/salir de un país determinado sin contratiempos ni extra costos, ofreciendo este servicio a sus clientes en el momento que reciben una cotización.

Política de Comercio Internacional: Las políticas comerciales entre países pueden afectar las tarifas de transporte y las operaciones logísticas. Cambios en acuerdos comerciales o

barreras arancelarias pueden impactar el negocio. Para esto, la empresa no solo cuenta con contratos con las principales navieras sino que busca siempre una alternativa de envío para ofrecer a sus clientes cuando una tarifa X sube demasiado.

Inestabilidad Política:

Riesgo en Mercados Claves: La inestabilidad política en países clave entre Asia y Europa por los actuales conflictos en el mar rojo, puede afectar las rutas de transporte, los costos y la seguridad de las operaciones debido a que las navieras tienen que elegir rutas diferentes para operar lo cual aumenta los costos. A manera de ejemplo a inicios del año, una tarifa China - Estados Unidos (este) podría rondar los 4000 USD en costo, mientras que a la actualidad ascienden a 6000-9000 USD / contenedor.

Entorno Social.

Expectativas del Cliente: Los clientes buscan transparencia en el seguimiento de sus envíos y en la gestión de costos. iContainers ofrece una plataforma digital que facilita esta transparencia ya que el cliente puede ingresar a la plataforma y buscar las tarifas que se están aplicando para un determinado envío con una determinada ruta. Esto, sumado a las tarifas preferenciales que tiene, hacen que los clientes que realizan un envío tienen una alta probabilidad de convertirse en clientes repetitivos, haciendo el negocio más rentable y eficiente.

La atracción y retención de talento en el sector tecnológico y logístico son cruciales. iContainers ofrece un buen entorno laboral y oportunidades de desarrollo para destacar en este aspecto.

POLÍTICAS EMPRESARIALES

Las políticas empresariales de iContainers se centran en garantizar un servicio eficiente, transparente y accesible para sus clientes en el ámbito del transporte internacional. Donde no solo las empresas con experiencia logística pueden acceder al comercio internacional.

Algunas de las principales políticas de la empresa incluyen:

Transparencia y claridad en precios

iContainers se compromete a ofrecer tarifas claras y transparentes. A través de su plataforma en línea, los clientes pueden obtener cotizaciones instantáneas y comparativas sin costos ocultos. Ofreciendo más de 500.000 tarifas disponibles, 40.000 rutas a elegir y más de 1.000 puertos a nivel mundial. Esto les permite a sus clientes, tomar decisiones informadas sobre sus envíos internacionales.

Innovación tecnológica

La empresa pone un gran énfasis en el uso de la tecnología para mejorar sus servicios.



SC-CER152085



Transversal 51A #67B 90 Medellín - Colombia.
NIT.: 890.985.189-9 Vigilada Mineducación
Tel.: (604)4487666 Correo: ucatolicaluisamigo@amigo.edu.co
www.ucatolicaluisamigo.edu.co



Implementan soluciones digitales que simplifican y automatizan la gestión de envíos, como la obtención de tarifas, el seguimiento de envíos y la gestión de documentos. Esta política impulsa la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.

Accesibilidad global

iContainers facilita el acceso a servicios de transporte internacional para pequeñas y medianas empresas (PYMES), promoviendo la globalización de los negocios. Buscan democratizar el acceso a la logística global a través de su plataforma digital.

Atención al cliente y soporte

Ofrecen un enfoque personalizado y proactivo en la atención al cliente, asegurando que los clientes reciban asistencia en cada etapa del proceso de envío. La empresa tiene un equipo de expertos en logística disponible para resolver dudas y facilitar la experiencia de los clientes.

Sostenibilidad

iContainers también está alineado con políticas de sostenibilidad dentro del sector logístico. Promueven soluciones que optimicen el uso de recursos, reduciendo el impacto ambiental del transporte, como la optimización de rutas y la promoción de prácticas más sostenibles dentro del envío internacional.

Cumplimiento normativo

La empresa cumple con todas las normativas y regulaciones internacionales relacionadas con el transporte de mercancías. Esto incluye las leyes aduaneras, las regulaciones de comercio internacional y las normativas de seguridad en el transporte, exigiendo también a todos sus clientes a contar con toda la documentación y los permisos necesarios para realizar un envío internacional.

Integridad y ética empresarial

iContainers se rige por principios de integridad, garantizando que sus relaciones comerciales se desarrollen de manera ética y justa. Esta política también incluye el compromiso con el respeto de la privacidad y la seguridad de los datos de sus clientes.

Estas políticas permiten a iContainers mantener un estándar elevado de servicio en la industria de la logística, asegurando que se adapten tanto a las necesidades de las empresas modernas como a las normativas internacionales.



REGLAS EMPRESARIALES

Las reglas empresariales de iContainers existen para garantizar el funcionamiento eficiente de las operaciones, el cumplimiento normativo y el bienestar de sus empleados y clientes.

Cumplimiento de regulaciones internacionales

Es una regla básica que todos los empleados y operaciones de iContainers cumplan con las leyes y regulaciones internacionales de comercio, aduanas, y transporte. Esto incluye respetar las normativas aduaneras, sanitarias, de seguridad, y las leyes específicas de cada país donde operan.

Protección de la información del cliente

iContainers tiene estrictas reglas para garantizar la seguridad y confidencialidad de los datos de los clientes. Esto incluiría el cumplimiento de normas de protección de datos (como el RGPD en Europa) y la implementación de medidas de seguridad tecnológica.

Transparencia en la comunicación

La empresa tiene reglas que aseguran que la comunicación con los clientes es clara, precisa y honesta, especialmente en lo que respecta a tarifas, tiempos de entrega, y condiciones del servicio.

Ética e integridad empresarial

iContainers tiene una política firme contra prácticas desleales, como el soborno o la corrupción. Todos los empleados deben adherirse a normas éticas que promuevan la integridad en todas las relaciones comerciales.

Calidad del servicio

Una regla clave es garantizar la calidad del servicio en todas las etapas del proceso de envío. Esto incluye la rápida respuesta a las consultas de los clientes, la resolución de problemas de manera proactiva y garantizar que los envíos lleguen a tiempo y en las condiciones acordadas.

Atención al cliente y soporte técnico

Se espera que los empleados sigan protocolos estrictos para brindar soporte adecuado a los clientes, siguiendo las pautas establecidas por la empresa en cuanto a tiempos de respuesta y niveles de servicio.

Uso responsable de la tecnología

iContainers, al ser una empresa que depende fuertemente de la tecnología, tiene reglas para el uso adecuado de sus herramientas digitales, tanto para empleados como para



clientes, asegurando que las plataformas sean usadas de manera segura y eficiente. Así mismo, a cada cliente se le exige firmar un “General terms” que funciona como contrato para el cumplimiento de estas reglas esenciales.

Reglas para sus envíos

De cara a las reglas operativas, la empresa cuenta con reglas que prohíben el envío de productos usados, chatarra y otros materiales peligrosos que ponen en riesgo sus operaciones.

Responsabilidad social

iContainers tiene reglas que promueven la responsabilidad social corporativa, como apoyar a las comunidades locales y respetar los derechos humanos en todas las operaciones comerciales.

Estas reglas ayudan a mantener los estándares de calidad, ética y eficiencia que son esenciales para una empresa de logística internacional.



SC-CER152085



Transversal 51A #67B 90 Medellín - Colombia.
NIT.: 890.985.189-9 Vigilada Mineducación
Tel.: (604)4487666 Correo: ucatolicaluisamigo@amigo.edu.co
www.ucatolicaluisamigo.edu.co



3. Agencia objeto de la práctica

iContainers S.A. es un transitario digital con sede en Barcelona que ayuda a miles de empresas y familias de todo el mundo a trasladar su mercancía de manera internacional.



Ilustración 4: Logo de iContainers

3.1. Cargo desempeñado

Ejecutivo de ventas logísticas

3.2. Perfil del cargo

El ejecutivo de ventas en *iContainers* es responsable de generar nuevas oportunidades de negocio y de mantener relaciones comerciales con clientes actuales. Su enfoque se encuentra en ofrecer soluciones logísticas personalizadas, negociar tarifas competitivas con proveedores y asegurar la satisfacción del cliente.

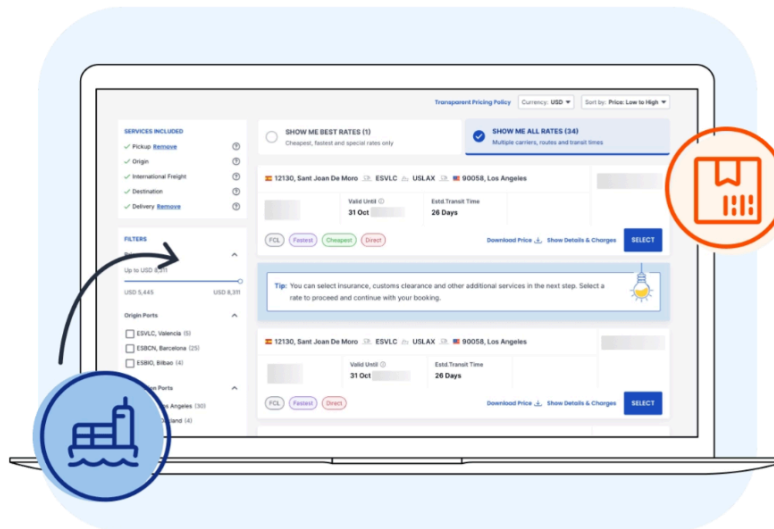


Ilustración 5: Web de búsqueda de *iContainers*

3.3. Objetivo del cargo

El objetivo principal es generar nuevas oportunidades de ventas, captar clientes potenciales y fidelizar a los clientes existentes a través de un excelente servicio, asesoría constante y soluciones logísticas adaptadas a las necesidades de cada cliente.

3.4. Funciones para realizar

- Asesorar a los clientes sobre soluciones logísticas, en las cuales se incluye desde el envío de 1 *pallet* hasta el envío de contenedores completos (20ft, 40ft y 40HC).
- Filtrar y segmentar los tipos de clientes con el fin de determinar la mejor solución de envío para cada producto, de acuerdo a sus dimensiones, características y necesidades de cada cliente.
- Diseñar rutas de transporte para cada cliente considerando variables clave como los tiempos de tránsito, el presupuesto, el tipo de carga y la industria específica del cliente.
- Desarrollar y enviar cotizaciones personalizadas que se adapten a los requerimientos de cada envío.
- Realizar búsquedas para la cotización de tarifas con empresas con las cuales **iContainers** tiene contrato, como son: para el transporte marítimo: CMA-CGM, Hapag Lloyd, Maersk, MSC, OOCL, ONE, Cosco shipping, Zim, HMM, Yang Ming Evergreen, entre otras. Para el transporte aéreo: Fedex y Ex Freight.
- Negociar tarifas con agentes de carga ubicados en otros países con el fin de optimizar los costos y ofrecer envíos puerta a puerta para sus clientes. Y, que a su



vez, permita mejorar mercados específicos en países clave como China, India, Vietnam y países ubicados en el continente Europeo y América Latina.

- Asegurar el seguimiento de envíos en proceso con el fin de ofrecer el mejor servicio al cliente que permita el cierre de nuevas ventas.
- Mantener relaciones duraderas con clientes y prospectos mediante la asesoría en el transporte de carga, proponiendo soluciones efectivas que respondan a los cambios en el mercado.

3.5. Relación con otros cargos

El ejecutivo de ventas interactúa principalmente con el equipo de operaciones, atención al cliente, y el departamento de finanzas. La comunicación es clave para coordinar los detalles de cada transacción.

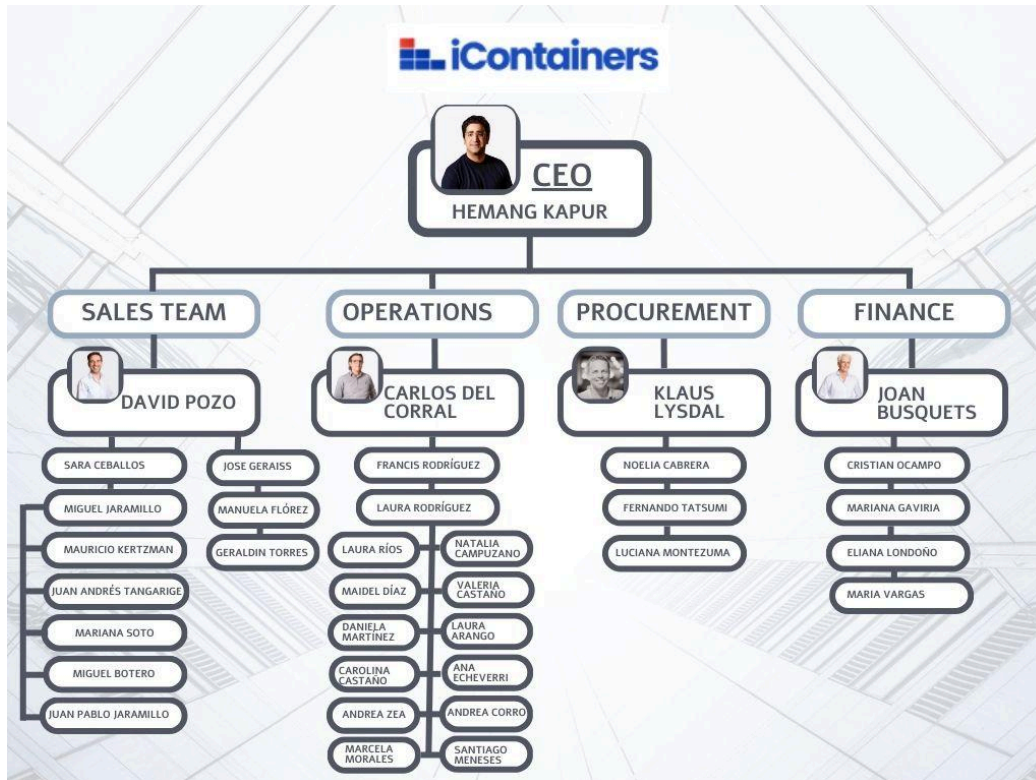
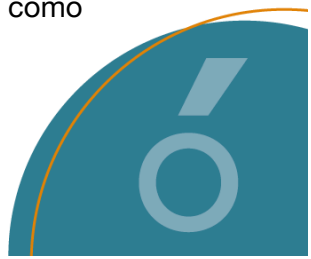


Ilustración 6. Organigrama

3.6. Herramientas y equipos para la ejecución del cargo

- Página web oficial de *iContainers* en la cual se pueden encontrar cotizaciones y así obtener una amplia gama de rutas competitivas para cada envío.
- Herramientas para mantenerse actualizado y recibir un mensaje tan pronto como cambie el estado de su envío.



- Sistema de gestión de relaciones con clientes (CRM).
- Herramientas de comunicación digital (correo, videoconferencias, etc.).
- Herramientas de cotización y seguimiento de envíos.
- Fedex EX ECU NAVIERAS.

3.7. Condiciones de trabajo

Las condiciones de trabajo son, en su mayoría, de manera presencial en oficina, con flexibilidad para realizar trabajo remoto entre 1-2 días por semana. Se trabaja en un ambiente dinámico, con interacción constante con el equipo, lo cual permite el apoyo continuo con el fin de alcanzar metas comunes y gestionar los clientes y proveedores.

3.8. Entrenamiento

Recibí capacitación intensiva de 2 semanas en las cuales conocí el funcionamiento de todas las plataformas utilizadas para gestionar cotizaciones y en los aspectos técnicos relacionados con el comercio internacional, así como los Incoterms, distribución física internacional, negociación de tarifas y la gestión de documentos aduaneros.

20ft General Purpose		40ft General Purpose		40ft High Cube	
Length	589 cm	Length	1200 cm	Length	589 cm
Width	234 cm	Width	234 cm	Width	234 cm
Capacity	26 -26 cbm	Capacity	26 -26 cbm	Capacity	26 -26 cbm
Maximum	33 cbm	Maximum	33 cbm	Maximum	33 cbm
20-FOOT FCL CONTAINER		40-FOOT FCL CONTAINER		40-FOOT HIGH CUBE CONTAINER	

Ilustración 7: Tipos de contenedores que ofrece *iContainers*

3.9. Competencias

- Capacidad de negociación y comunicación efectiva.
- Conocimiento en comercio internacional y logística.
- Manejo de inglés avanzado.
- Habilidad en el uso de herramientas digitales.



- Capacidad para trabajar bajo presión, gestionar el tiempo y cumplir objetivos que permitan aumentar las ganancias.

3.10. Responsabilidades

- Generar ventas, aumentar los márgenes y mantener relaciones comerciales sólidas.
- Coordinar las negociaciones de tarifas con proveedores.
- Gestionar las expectativas de los clientes en cuanto a tiempos de entrega y costos.

3.11. Deberes

- Actualización de bases de datos y CRM.
- Responder a las consultas de los clientes de manera oportuna. Una vez el cliente se registra en la página, un “lead” es creado en el sistema CRM con el fin de que el ejecutivo de ventas contacte al cliente para brindarle una atención oportuna.
- Participar en reuniones de seguimiento con otros departamentos como lo son el de producto, adquisiciones, operaciones y contabilidad.

3.12. Riesgos del cargo

Riesgos asociados a no cumplir con los objetivos comerciales establecidos y no generar los márgenes esperados de manera anual.

Potenciales disputas con clientes o proveedores por malentendidos en las negociaciones, cotizaciones que no incluían todos los procesos necesarios o discrepancias en los costos generados por las diferentes en las dimensiones de la carga.



4. Características de la práctica

4.1. Justificación

La práctica empresarial en *iContainers* no solo representa una oportunidad de aprendizaje fundamental para el estudiante, sino que también aporta un valor significativo para la empresa. En primer lugar, esta práctica permite al estudiante de Negocios Internacionales de la Universidad Católica Luis Amigó, aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos durante su formación académica; tales como la Negociación internacional, manejo de los términos de negociación “Incoterms”, Distribución Física Internacional (DFI), geografía económica, Geopolítica, cooperación internacional, entre otros conceptos adquiridos a lo largo de la carrera. Los estudiantes de la UCLA adquieren teorías y conceptos relacionados con la logística internacional, la negociación, los procesos aduaneros, el comercio global, economía y finanzas internacionales, mercado de capitales y contabilidad internacional. Sin embargo, muchas veces la comprensión de estos temas es abstracta, y el desafío radica en poder llevarlos a la práctica en situaciones reales cuando nos encontramos con un cliente y un envío en particular. Esta intervención permite al estudiante enfrentarse a problemas reales y dinámicos en el ámbito logístico, como la optimización de procesos, la negociación con proveedores y la mejora de la experiencia del cliente, proporcionando una visión directa de cómo se desarrollan estas tareas en una empresa de alcance internacional.

El contacto con un entorno empresarial real fomenta el desarrollo de estas competencias clave, como la toma de decisiones, la resolución de problemas, el trabajo en equipo y la capacidad para adaptarse a diferentes mercados y necesidades culturales. Ya que es de vital importancia que el estudiante tenga habilidades para comprender el entorno tanto económico como cultural que tiene cada país y cómo se deben adaptar los procesos y las formas de negociar con el fin de cumplir con los objetivos propuestos. Además, al interactuar con clientes internacionales y proveedores, el estudiante tiene la oportunidad de mejorar sus habilidades comunicativas y de negociación, como también el manejo de una segunda lengua internacional y por qué no, una tercera; habilidades esenciales en el campo de los Negocios Internacionales. A través de este proceso, el estudiante no solo refuerza sus conocimientos técnicos, sino que también aprende a gestionar relaciones comerciales, a realizar análisis de mercado y a adaptarse a los cambios constantes del sector logístico.

Por otro lado, para **iContainers**, esta práctica empresarial tiene un impacto directo en la mejora de sus operaciones y su competitividad en el mercado global. A pesar de ser una empresa consolidada, *iContainers* enfrenta constantes desafíos debido a la naturaleza dinámica de la logística internacional y la creciente competencia en el sector. La intervención en los procesos internos de la empresa busca optimizar el flujo de trabajo, reducir tiempos de respuesta y mejorar la calidad de los servicios ofrecidos a los clientes.

Además, el análisis realizado durante la práctica empresarial permite identificar áreas específicas que requieren ajustes, como la mejora en la captura de datos de los envíos, la integración de la información entre los diferentes actores (clientes, proveedores, agentes de carga) y la optimización en la generación de cotizaciones.

Una de las metas clave de la intervención es mejorar la captación de nuevos clientes y la fidelización de los ya existentes, logrando así generar una relación sólida con cada cliente que permita generar la confianza necesaria para manejar todos los envíos de esa empresa. Esto se logra a través de la mejora de los procesos internos y la atención al cliente. Se espera que *iContainers* pueda atraer más negocios, especialmente en sectores como las pequeñas y medianas empresas, que a menudo requieren un apoyo más especializado en áreas como negociaciones internacionales, cumplimiento de incoterms y trazabilidad de envíos. La optimización de la comunicación entre la empresa y sus clientes, combinada con la implementación de estrategias personalizadas para cada cliente, contribuye a fortalecer la relación comercial y mejorar la satisfacción general.

Además, la intervención busca alinear a *iContainers* con las mejores prácticas del mercado y las tendencias actuales en el sector logístico, tales como la digitalización de procesos, el uso de plataformas de reservas de transporte y la integración de tecnología para hacer el proceso de envío más ágil, transparente y eficiente. Estos cambios no solo permiten a la empresa reducir costos operativos, sino que también mejoran la experiencia del cliente al ofrecer un servicio más fluido y rápido.

En resumen, esta práctica empresarial representa una relación mutuamente beneficiosa entre el estudiante y la empresa. Para el estudiante, es una oportunidad para desarrollar habilidades prácticas y enfrentarse a los retos reales del mundo empresarial, mientras que para la empresa, es una oportunidad para optimizar sus operaciones, mejorar su competitividad y fortalecer su presencia en el mercado global. Ambos actores, al colaborar estrechamente, se benefician de la implementación de soluciones que pueden transformar la manera en que la empresa opera, mejorando su capacidad para competir en un entorno global cada vez más complejo y competitivo.

4.2. Objetivo general

El objetivo principal de la práctica fue llevar a cabo una intervención estratégica que permita mejorar tanto los procesos internos como externos de *iContainers*, con el fin de optimizar la captación de nuevos clientes y la fidelización de los existentes, así como mejorar significativamente la experiencia del cliente en todas las etapas del proceso de envío. A través de un enfoque integral, se busca identificar y abordar áreas clave dentro de la empresa que requieren optimización, desde la gestión de la información hasta la interacción directa con los clientes, con el propósito de hacer que los procesos sean más ágiles, eficientes y transparentes.



Esto se logrará mediante la implementación de soluciones logísticas innovadoras que no solo mejoren la calidad y precisión en las cotizaciones y tiempos de respuesta, sino que también garanticen un servicio al cliente excepcional, adaptado a las necesidades particulares de cada cliente. La intervención se centrará en el uso de tecnología avanzada para agilizar los procesos de comunicación y gestión de envíos, mejorando la trazabilidad y la visibilidad de los mismos. De este modo, se busca optimizar los recursos, reducir costos operativos y garantizar que *iContainers* pueda ofrecer un servicio altamente competitivo en el mercado global.

Este objetivo no solo tiene como fin mejorar la eficiencia operativa, sino también transformar la manera en que *iContainers* se relaciona con sus clientes, permitiendo que la empresa se destaque por su capacidad de respuesta y la calidad de su atención. Además, la intervención se orientará hacia la capacitación del personal en nuevas metodologías de trabajo, con el fin de asegurar que todos los involucrados en el proceso estén alineados con las nuevas estrategias y herramientas implementadas, contribuyendo a una mejora continua en el servicio ofrecido.

4.3. Objetivos específicos

- Mejorar los tiempos de respuesta a clientes mediante una optimización en la gestión de cotizaciones.
- Aumentar la fidelización de clientes, garantizando una atención continua y efectiva.
- Implementar estrategias de negociación que permitan reducir costos sin afectar la calidad del servicio.
- Desarrollar un sistema de seguimiento post-venta para asegurar la satisfacción del cliente.
- Capacitar al equipo interno sobre mejores prácticas de atención al cliente.



5. Informe ejecutivo

La intervención propuesta se fundamenta en fortalecer la comunicación interdepartamental, optimizar la recopilación y transmisión de información y establecer un enfoque sistemático de mejora continua, alineado con la naturaleza digital y orientada al cliente de *iContainers*.

Desarrollo de objetivos específicos

Optimización de los tiempos de respuesta a clientes mediante la mejora en la gestión de cotizaciones

Fundamentación teórica: Según Porter (1996), las empresas que logran una ventaja competitiva sostenida deben ser capaces de optimizar sus procesos internos, lo que incluye tiempos de respuesta rápidos. La mejora en la gestión de cotizaciones reduce los tiempos de espera, lo que aumenta la satisfacción del cliente y la probabilidad de concretar la venta.

Proponer la implementación de un sistema telefónico de recepción de llamadas con extensiones específicas, que permita a los clientes dirigirse directamente al asesor correspondiente según su solicitud. De esta manera, se optimiza la atención al cliente, asegurando que cada usuario sea atendido por el profesional adecuado de manera rápida y eficiente, reduciendo los tiempos de espera y mejorando la experiencia general del cliente.

Incremento de la fidelización de clientes a través de una atención continua y eficaz

Fundamentación teórica: La fidelización de clientes es clave para la sostenibilidad de cualquier negocio, según la teoría de la retención de clientes de Reichheld y Sasser (1990). Mejorar la atención al cliente a través de seguimiento post-venta puede aumentar la lealtad y la repetición de negocios.

Para esto, la propuesta de valor es brindar una asesoría completa mediante reuniones con los clientes, no solo con los clientes que cuentan con empresas establecidas y están listos para enviar sino también con aquellos que aún no se encuentran registrados y desean empezar a importar / exportar y necesitan toda la asesoría sobre cómo funcionan los envíos internacionales. Esto va a permitir que a futuro, la obtención y la fidelización de nuevos clientes sea mucho más sólida y eficiente.

Implementación de estrategias de negociación con proveedores y clientes para optimizar costos sin comprometer la calidad del servicio

Fundamentación teórica: La negociación eficaz, como argumentan Fisher y Ury (1981), se basa en el principio de "ganar-ganar", en donde ambas partes alcanzan un acuerdo satisfactorio. Esta estrategia no solo reduce costos, sino que también mejora la relación

comercial y mantiene la competitividad en el mercado. Por ejemplo, en el momento en el que un cliente aprueba una tarifa y por la proactividad del representante de ventas para obtener una mejor tarifa, es vital que este realice una nueva oferta que beneficie al cliente y genere confianza para nuevos negocios.

Desarrollo de un sistema de seguimiento post-venta para asegurar la satisfacción y resolver cualquier incidencia

Fundamentación teórica: Según Kotler (2003), el servicio post-venta es crucial para mantener la satisfacción del cliente. Un sistema adecuado de seguimiento permite solucionar rápidamente problemas y mejora la experiencia del cliente, lo que incrementa la posibilidad de generar recomendaciones.

Se sugiere realizar reuniones periódicas con clientes con los cuales se haya tenido 1 o 2 envíos con el fin de recibir el *feedback* necesario que permita mejorar en la calidad de los servicios ofrecidos así como también fomentar la repetición con clientes existentes.

Capacitación del equipo interno en mejores prácticas de atención al cliente y gestión de procesos logísticos

Fundamentación teórica: Según Tushman y O'Reilly (1996), la capacitación continua y el desarrollo de habilidades en el personal son fundamentales para garantizar que las organizaciones se mantengan competitivas. La capacitación en servicio al cliente permite al personal gestionar mejor las interacciones con clientes y proveedores. Para esto, se sugiere realizar reuniones periódicas con el departamento de operaciones para analizar casos específicos, compartir detalles clave que incidieron en el éxito / fracaso de un envío y realizar mejoras pertinentes que hagan que el servicio sea más eficiente y se disminuyan los errores en cuanto a tiempos de respuesta, diligenciamiento de documentos y gestión del tiempo.



6. Propuesta de valor

6.1. Operaciones más eficientes

Se desarrollará un manual de procedimientos detallado para estandarizar los procesos de cotización, comunicación con los clientes y negociación con proveedores. Este manual permitirá reducir la variabilidad en las respuestas y asegurar que los tiempos de respuesta sean lo más rápidos y eficientes posibles.

6.2 Mejora de la Gestión de la Organización – Gestión de procesos y funciones

Se implementará una herramienta de gestión de proyectos que permita a los equipos colaborar de manera más eficiente, asignar tareas y seguir el progreso de cada solicitud o venta. Esto permitirá gestionar mejor las funciones dentro del equipo de ventas y mejorar la organización interna.

6.3. Permite tomar mejores decisiones – Decisiones informadas

La propuesta incluye mejorar la recopilación de datos de clientes y transacciones mediante el uso de un CRM. Esta herramienta permitirá tener acceso a información detallada para tomar decisiones más rápidas y acertadas en cuanto a precios, tiempos de envío y posibles necesidades de los clientes.

6.4. Mejora de la productividad – Automatización de procesos – Simplificar lo repetitivo

Se implementarán sistemas automatizados para el cálculo de cotizaciones, lo que reducirá el tiempo invertido en tareas repetitivas y aumentará la productividad. Además, se mejorará la trazabilidad de los envíos mediante sistemas de seguimiento digital, lo que permitirá que tanto los clientes como los ejecutivos de ventas tengan acceso a la información en tiempo real.

6.5. Satisfacción del cliente – Procedimientos para cubrir las necesidades de los clientes

Se propondrá la creación de un sistema de atención al cliente más proactivo, que implique una respuesta más rápida a incidencias y dudas frecuentes. Se incluirá un sistema de encuestas de satisfacción al cliente que permita obtener retroalimentación directa sobre las experiencias de envío y cotización.

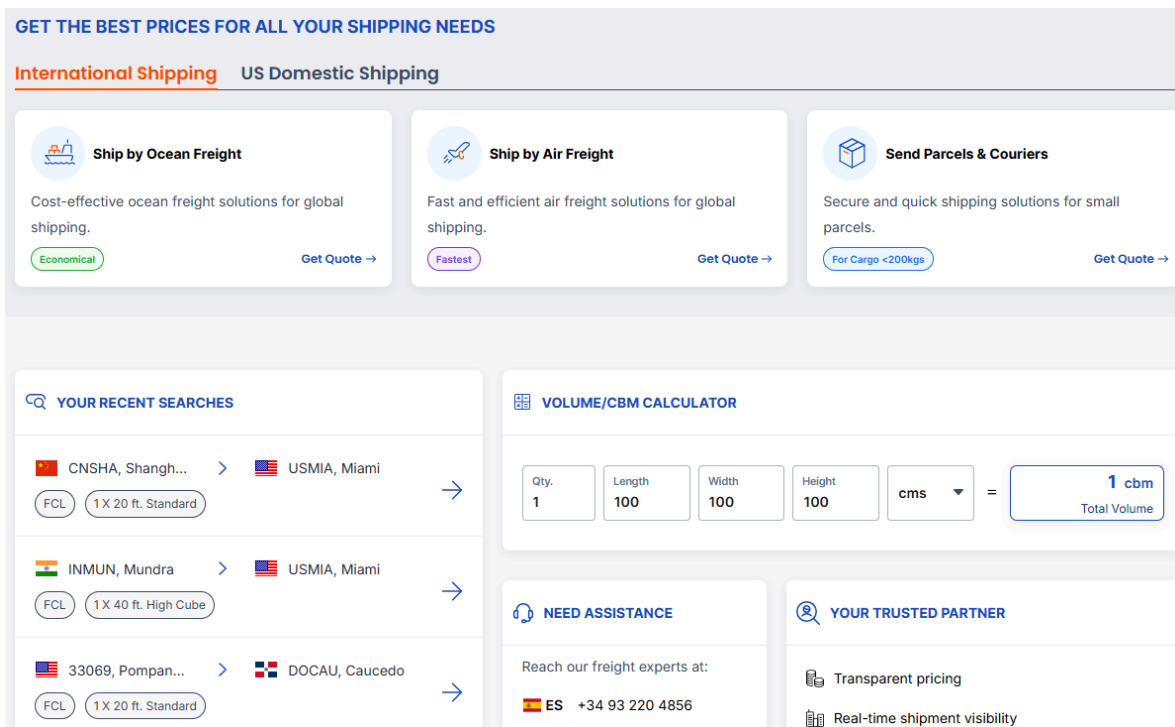


7. Plan de mejora

7.1. Diagnóstico de la situación actual

Acción: Realizar una auditoría interna centrada en los flujos de comunicación entre ventas, producto, operaciones y contabilidad, con enfoque en eficiencia digital y resolución ágil.

En *iContainers*, donde la experiencia del cliente depende en gran medida de la velocidad de respuesta, la fiabilidad de la información y la alineación entre equipos, se llevará a cabo una auditoría interna para mapear y evaluar los puntos de fricción o pérdida de información en los procesos entre áreas críticas: ventas (contacto con el cliente), producto (gestión de tarifas, plataformas), operaciones (gestión logística) y contabilidad (facturación, cobros).



The screenshot displays the iContainers website interface. At the top, it says "GET THE BEST PRICES FOR ALL YOUR SHIPPING NEEDS". Below this, there are two tabs: "International Shipping" (selected) and "US Domestic Shipping". Three main shipping options are presented: "Ship by Ocean Freight" (Economical), "Ship by Air Freight" (Fastest), and "Send Parcels & Couriers" (For Cargo <200kgs). Each option includes a "Get Quote" button. Below these are two sections: "YOUR RECENT SEARCHES" and "VOLUME/CBM CALCULATOR". The calculator shows a total volume of 1 cbm for 1 unit with dimensions 100x100x100 cms. There are also sections for "NEED ASSISTANCE" (with a phone number) and "YOUR TRUSTED PARTNER" (with features like transparent pricing and real-time shipment visibility).

Ilustración 8: Búsqueda de cotizaciones en [iContainers.com](https://www.icontainers.com)

Esta evaluación se basará en la metodología de los 5 Porqués, que nos permitirá llegar a la causa raíz de los problemas detectados. Por ejemplo:

Problema: El cliente recibe una factura incorrecta debido a que su carga no salió en la fecha esperada.



¿Por qué? → Porque el precio cotizado no coincide con el precio final.

¿Por qué? → Porque hubo un cambio de tarifas que no se reflejó a tiempo en la plataforma.

¿Por qué? → Porque el remitente no tenía la carga lista para ser enviado y el equipo de operaciones no informó a ventas a tiempo.

¿Por qué? → Porque no hay un canal directo o protocolo definido para comunicar esos cambios.

¿Por qué? → Porque la comunicación entre equipos se basa en correos manuales sin trazabilidad.

Casos como este serán recogidos, documentados y analizados como parte de la auditoría. Se utilizarán datos reales, ejemplos de incidencias pasadas y entrevistas breves con los equipos para entender dónde y por qué falla la comunicación, y cómo esto impacta en la eficiencia operativa, la automatización del sistema y la satisfacción del cliente.

El objetivo final es generar un mapa claro de los flujos de comunicación actuales, identificar dónde se interrumpen o se duplican, y a partir de ahí diseñar un plan de soluciones escalables y adaptadas al modelo digital de *iContainers*.

Responsable: Representante de ventas en colaboración con el equipo de operaciones y producto

Fecha: Segundo y tercer mes de prácticas

Resultado esperado: Obtener un diagnóstico preciso y accionable sobre los principales puntos de ruptura o ineficiencia en la comunicación entre ventas, producto, operaciones y contabilidad. A partir del análisis de causa raíz con la metodología de los 5 porqués, se espera identificar patrones recurrentes de error o desalineación que impactan directamente en la calidad del servicio, la automatización de procesos y la satisfacción del cliente.

Este resultado permitirá a *iContainers* diseñar soluciones específicas —como ajustes en herramientas digitales, mejora de protocolos o automatización de tareas clave— para garantizar un flujo de información más ágil, trazable y confiable entre departamentos, con el fin de:

- Reducir incidencias como errores de facturación, discrepancias en tarifas o retrasos en la gestión de cargas.



- Mejorar la sincronización entre los equipos que intervienen en la cadena logística digital.
- Aumentar la eficiencia operativa y fortalecer la experiencia del cliente, elementos clave para una empresa de logística tecnológica como iContainers.

7.2. Implementación de reuniones interdepartamentales periódicas

Acción: Establecer reuniones quincenales o mensuales entre los equipos de ventas, operaciones, producto y contabilidad para fortalecer la comunicación interdepartamental.

Estas reuniones no solo tendrán como objetivo revisar casos abiertos, resolver dudas y alinear estrategias, sino que también servirán como un espacio estructurado para identificar de manera sistemática los problemas que afectan la colaboración entre ambas áreas. Durante cada sesión se destinará un momento específico para analizar incidencias recientes y realizar una identificación de problemas clave, utilizando herramientas como el diagrama de Ishikawa o los "5 porqués" para llegar a su causa raíz.

Una vez detectadas las causas fundamentales, se trabajará en conjunto para proponer soluciones concretas y sostenibles que permitan optimizar el proceso de comunicación, evitar reprocesos, mejorar la experiencia del cliente y reducir tiempos de respuesta. Estas reuniones quedarán registradas mediante actas de seguimiento que permitirán evaluar avances y ajustes periódicos, garantizando así una mejora continua en la coordinación entre departamentos.

Responsable: Equipo de ventas, operaciones, equipo de operaciones y líderes de producto.

Fecha: Por proponer, sujeto a aprobación

Resultado esperado: Mejorar significativamente la coordinación entre los equipos de ventas, operaciones, contabilidad y producto, reduciendo los tiempos de respuesta ante incidencias y aumentando la eficiencia en la gestión de los envíos. Al identificar y atacar las causas raíz de los problemas recurrentes, se espera una reducción en los errores de comunicación, menos reprocesos operativos, y una atención más rápida y efectiva a los clientes, lo cual se traducirá en mayor satisfacción del cliente, cumplimiento de tiempos logísticos y fortalecimiento de la reputación de la empresa en un mercado altamente competitivo.

7.3. Mejora del proceso de recopilación de información del cliente

Acción: Crear un formulario estándar o una base de datos compartida que facilite la recopilación de detalles de los envíos, que luego puedan ser consultados por el equipo de operaciones.



Responsable: Ventas con apoyo de IT si es necesario.

Fecha: Durante toda la práctica.

Resultado esperado: Optimizar la transferencia de información para garantizar un envío exitoso y reducir errores es fundamental. Tomar toda la información necesaria del cliente desde el inicio no solo aumenta las probabilidades de éxito, sino que también facilita una mayor repetición del proceso. Para asegurar que cada envío se realice de manera eficiente y sin contratiempos, es crucial recopilar los siguientes detalles clave:

Detalles completos de la carga: Información precisa sobre el tipo de producto, cantidad y especificaciones relevantes.

Fecha de salida: Conocer la fecha exacta de salida para coordinar tiempos de entrega y evitar demoras.

Pesos y dimensiones: Especificaciones claras de la carga para determinar el espacio necesario y las tarifas de transporte.

HS CODE: El código de aduanas necesario para garantizar la clasificación correcta de la carga y evitar problemas en el proceso de importación/exportación.

Direcciones exactas: Tanto de la recogida (*shipper*) como de la entrega (*consignee*), con todos los detalles geográficos y de contacto necesarios.

Contactos clave: Información de contacto completa tanto del remitente como del destinatario, incluyendo números telefónicos principales y alternos para asegurar una comunicación fluida en todo el proceso.

Con estos datos completos y precisos, se asegura una transferencia de información eficiente, reducción de errores y la creación de un proceso de envío que sea repetible y confiable.

7.4. Automatización de la búsqueda de tarifas



Ilustración 9: Cifras iContainers

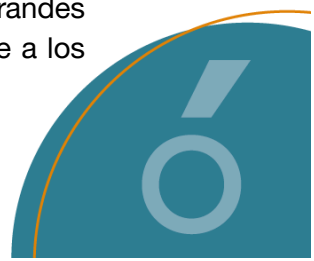
En este apartado más que sugerir un plan de mejora, quiero destacar una de las grandes ventajas de **iContainers**, como lo es su plataforma digital avanzada, que permite a los



SC-CER152085



Transversal 51A #67B 90 Medellín - Colombia.
NIT.: 890.985.189-9 Vigilada Mineducación
Tel.: (604)4487666 Correo: ucatolicaluisamigo@amigo.edu.co
www.ucatolicaluisamigo.edu.co



clientes acceder a una herramienta eficiente para comparar tarifas entre diferentes navieras de manera rápida y precisa. Esta solución tecnológica optimiza el proceso de cotización, brindando a los usuarios la capacidad de obtener tarifas actualizadas en tiempo real, lo que facilita la toma de decisiones informadas.

Gracias a la interfaz intuitiva y a la capacidad de personalización, los clientes pueden explorar diversas opciones de envío según sus necesidades específicas, ya sea por tipo de carga, destino o fechas de salida. Esta plataforma elimina la incertidumbre y agiliza el proceso de comparación, lo que permite a los equipos de ventas responder a las consultas de los clientes de manera más rápida y precisa.

ORIGIN	DESTINATION
Enter Seaport or City Location Shanghai (CNSHA)	Enter Seaport or City Location Miami (USMIA)
CARGO DETAILS	
Qty 1	Container Type 20 ft. Container
+Add More Containers	
Commodity Dry or General Cargo	
SEARCH RATES	

Ilustración 10: Detalles para búsqueda de cotizaciones

Con *iContainers*, el acceso a información precisa y actualizada se vuelve tan sencillo como unos pocos clics, mejorando la eficiencia del equipo y garantizando una experiencia optimizada para el cliente.










 CNSGH, Shanghai  USMIA, Miami		USD 3,468.00
Nearby Port		
 Hapag-Lloyd	Valid Until ⓘ 13 Apr 2025	Estd.Transit Time 41 Days
FOR INTERNAL USERS ONLY		View Details in RE Share Quote Custom Quote ^
Carrier Contract Number: W250400504936	Carrier SCAC: HLCU	Supplier: Hapag Lloyd_US
<input type="radio"/> FCL <input checked="" type="radio"/> Cheapest <input type="radio"/> Direct	Download Price ↓ Show Details & Charges	<input type="button" value="SELECT"/>
<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px; background-color: #f0f8ff;"> <p>Tip: You can select insurance, customs clearance (if applicable) and other additional services in the next step. Select a rate to proceed and continue with your booking.</p>  </div>		
 CNSHG, Shanghai Pt  USPEF, Port Everglades		USD 3,649.26
Nearby Port		
 MSC	Valid Until ⓘ 14 Apr 2025	
FOR INTERNAL USERS ONLY		View Details in RE Share Quote Custom Quote ^
Carrier SCAC: MSCU	Supplier: Shipco Transport_US	
<input type="radio"/> FCL <input checked="" type="radio"/> Direct	Download Price ↓ Show Details & Charges	<input type="button" value="SELECT"/>

Ilustración 11: Tarifas de diferentes navieras

Sin embargo, una propuesta para mejorar sería que las tarifas publicadas en la página se actualicen de manera más frecuente para garantizar a un cliente que el precio que encontró en la página es igual o muy similar al que finalmente va para su envío, en el que se incluyan todos los posibles extra costos que pueden presentarse durante el proceso. Así, los clientes podrán ser más precavidos a la hora de colocar la información y detalles de su carga para que todo salga con eficiencia y fluidez

Responsable: Equipo de TI y ventas.

Fecha: A partir del tercer mes.

Resultado esperado: Reducir el tiempo de respuesta al cliente y aumentar la eficiencia de las tarifas publicadas en la web.



7.5. Capacitación cruzada entre equipos



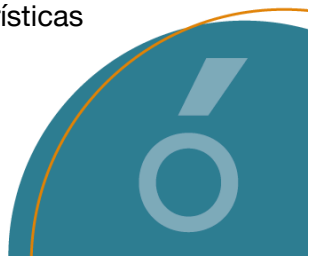
Ilustración 12: Trabajo en equipo

Acción: Organizar sesiones de capacitación integral para el equipo de ventas y operaciones en los procesos completos de envío internacional.

Para asegurar que el equipo de ventas esté completamente alineado con los procesos operativos y pueda brindar un servicio más eficiente y preciso a los clientes, es crucial organizar sesiones de capacitación que aborden en profundidad todos los aspectos involucrados en la gestión de envíos internacionales. Estas sesiones no solo deberían enfocarse en la teoría, sino también incluir prácticas y ejemplos reales de cómo se manejan cada uno de los pasos del proceso. A continuación, se detallan los temas y acciones clave que deben incluirse en el entrenamiento:

a. Cómo pedir un booking con una naviera

Objetivo: Familiarizar al equipo de ventas con el proceso de solicitud de reservas (*booking*) a las navieras. Si bien no es una acción que deba hacer un ejecutivo de ventas, entenderlo es vital para que pueda tener en cuenta todos los factores y características



que implica para ofrecerle al cliente una posible salida y alertar sobre las probabilidades que tiene una naviera de rechazar un *booking*, y así, ofrecer de manera anticipada un plan B. Con esto, los clientes se sentirán tranquilos de que su envío está siendo coordinado por profesionales y su requerimiento está en las mejores manos. Esto reducirá discusiones con los clientes y harán que se genera una relación más fuerte y sólida para generar la repetición.

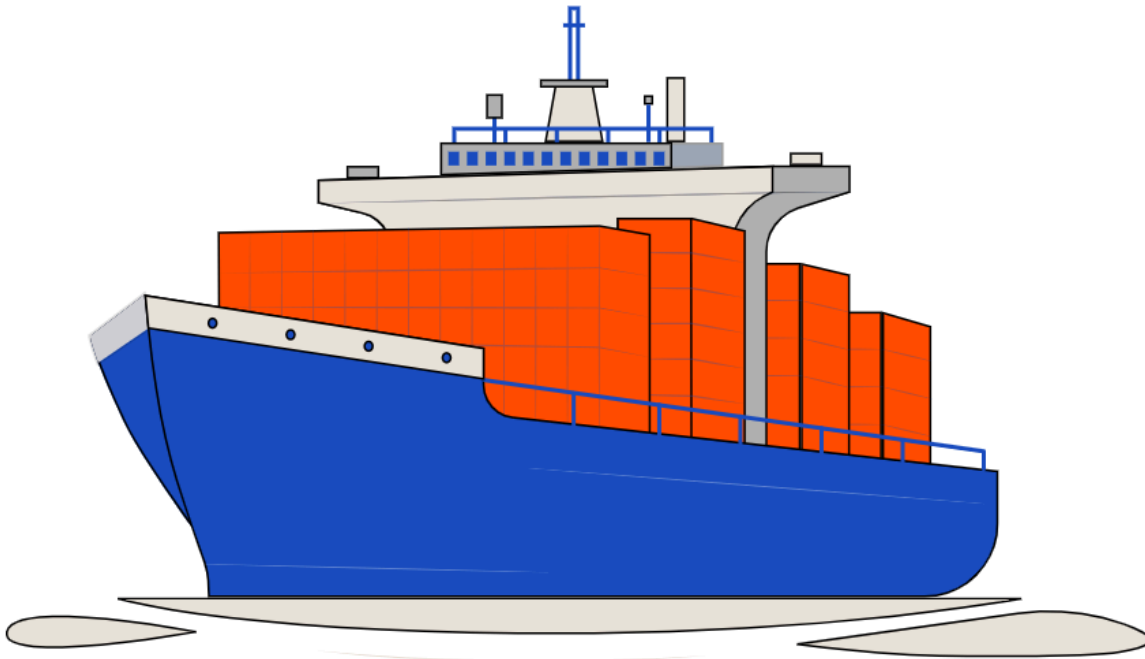


Ilustración 13: Barco portacontenedores

Acciones a abordar:

- Explicar cómo acceder a las plataformas de las navieras o utilizar sistemas de gestión como iContainers para verificar disponibilidad de espacio y tarifas.
- Describir cómo ingresar la información de la carga, como tipo de contenedor, volumen, peso, y fecha de salida.
- Instruir sobre cómo confirmar la reserva con la naviera y recibir la confirmación de booking.

b. Cómo diligenciar documentos necesarios para importación o exportación

Objetivo: Capacitar al equipo sobre los documentos esenciales requeridos para cumplir con las normativas aduaneras y garantizar un proceso de exportación/importación sin contratiempos.



Ilustración 14: Servicio de despacho aduanero

Acciones a abordar:

- Explicar los principales documentos de exportación e importación, como la Factura Comercial, Lista de Empaque, Bill of Lading (B/L), Certificados de Origen, y otros específicos de ciertos productos (como el Certificado Fitosanitario o Certificado de Inspección).
- Entrenar al equipo en cómo completar estos documentos correctamente y en qué situaciones se deben presentar ante aduanas.
- Instrucciones sobre cómo gestionar los documentos electrónicos y físicos y su validación antes del envío.

c. Cómo coordinar una recogida o entrega con un camionero

Objetivo: Asegurar que el equipo de ventas comprenda cómo coordinar eficientemente las recogidas y entregas con los transportistas terrestres.



Ilustración 15: Servicio de transporte terrestre

Acciones a abordar:

- Explicar cómo contactar y coordinar con camioneros, considerando la ubicación exacta de la carga, el horario y las rutas disponibles.
- Detallar los pasos para gestionar la programación de las recogidas y entregas de manera que se alineen con los tiempos de tránsito y las ventanas horarias de las navieras.
- Capacitar al equipo para comunicarse claramente con los camioneros, asegurándose de que se cumplan los requisitos de carga y se eviten demoras.

d. Cómo gestionar las tarifas y la facturación del envío

Objetivo: Familiarizar al equipo con el proceso de facturación, asegurando que las tarifas sean precisas y se facturen correctamente.



Ilustración 16: Servicio de transporte aéreo

Acciones a abordar:

- Enseñar cómo obtener y verificar las tarifas de las navieras a través de plataformas de cotización, incluyendo tarifas de flete, seguro, almacenamiento, y otros costos adicionales.



- Capacitar sobre cómo generar una factura basada en la cotización y cómo ajustarla según cambios en el servicio o modificaciones del envío.
- Explicar la importancia de realizar un seguimiento de los pagos y cómo gestionar las discrepancias entre lo cotizado y lo facturado.

e. Gestión de tiempos de tránsito y comunicación constante con el cliente

Objetivo: Asegurar que el equipo de ventas esté bien informado sobre los tiempos de tránsito y pueda mantener al cliente actualizado sobre el progreso del envío.

Acciones a abordar:

- Explicar cómo determinar los tiempos de tránsito en función de la naviera, el tipo de transporte y el destino.
- Capacitar sobre cómo hacer un seguimiento del envío y gestionar cualquier retraso o incidencia.
- Ensayar situaciones donde el equipo de ventas tenga que comunicar proactivamente cambios en el cronograma de entrega al cliente.

f. Procedimientos de despacho aduanero y cumplimiento regulatorio

Objetivo: Garantizar que el equipo de ventas tenga claro el proceso de despacho aduanero y el cumplimiento de las normativas locales e internacionales.

Acciones a abordar:

- Instruir sobre cómo garantizar que la documentación esté completa y correctamente presentada para evitar problemas en la aduana.
- Capacitar al equipo en el manejo de los procedimientos de importación/exportación, incluyendo la presentación de documentos, pago de aranceles, y el cumplimiento de restricciones específicas.
- Explicar los diferentes procedimientos según los países de destino y la naturaleza de los productos.

g. Cómo manejar incidencias y reclamaciones de los clientes

Objetivo: Enseñar al equipo de ventas cómo gestionar de manera eficiente cualquier problema o disputa que pueda surgir durante el envío.





Ilustración 17: Análisis de logística

Acciones a abordar:

- Explicar los pasos para manejar retrasos, pérdidas de carga o daños, y cómo ofrecer soluciones efectivas a los clientes.
- Instruir en la creación de informes detallados para dar seguimiento a las incidencias y asegurar la resolución rápida de cualquier problema.

h. Monitoreo y optimización de rutas de transporte

Objetivo: Enseñar cómo monitorear y mejorar las rutas de transporte para maximizar la eficiencia y reducir costos.



Ilustración 18: Algunos de los proveedores de servicios logísticos

Acciones a abordar:

- Capacitar en la selección de la ruta más eficiente para el envío, teniendo en cuenta el costo, el tiempo de tránsito y los posibles riesgos.
- Enseñar cómo usar herramientas de software para seguir el progreso del envío en tiempo real y ajustar rutas si es necesario.

i. Sistemas de gestión de carga y herramientas de análisis de datos



Objetivo: Familiarizar al equipo con los sistemas de gestión de carga (TMS) y herramientas de análisis de datos que optimizan la toma de decisiones.

Acciones a abordar:

- Capacitar sobre el uso de iContainers o sistemas similares para gestionar envíos y monitorear el estado de los mismos.
- Explicar cómo analizar los datos históricos de envíos para hacer predicciones y tomar decisiones informadas sobre futuros envíos.

j. Desarrollo de relaciones con clientes a largo plazo

Objetivo: Preparar al equipo de ventas para establecer relaciones duraderas con los clientes, asegurando la fidelización.

Acciones a abordar:

- Enseñar técnicas de comunicación efectiva y seguimiento post-venta.
- Instruir sobre cómo ofrecer servicios adicionales, como seguros, y otros valores añadidos, para mejorar la experiencia del cliente.

k. Qué necesidades tiene el equipo de operaciones que el vendedor debe tener en cuenta al abrir un nuevo booking

Objetivo: Asegurar que el equipo de ventas proporcione toda la información crítica desde el inicio del proceso de reserva (booking), para que el equipo de operaciones pueda coordinar el envío sin retrasos ni errores.

Acciones a abordar:

- Capacitar al equipo de ventas sobre la información mínima imprescindible que debe recopilar y compartir al momento de abrir un booking. Esto incluye:
- Datos completos del *shipper* y *consignee*, incluyendo direcciones exactas, contactos principales y alternos.

Detalles de la carga: tipo de mercancía, número de bultos, peso bruto y neto, dimensiones, naturaleza del producto, embalaje.

HS CODE y descripción comercial clara para asegurar el correcto despacho aduanero.

Condiciones de incoterms aplicables (EXW, FOB, CIF, etc.), para definir responsabilidades logísticas y de documentación.

Puerto de carga y puerto de destino, con fechas tentativas de recogida, salida y entrega.

Necesidades especiales, como temperatura controlada, permisos, certificados, u otro tipo de manejo especial.

Explicar al equipo de ventas cómo una reserva incompleta o incorrecta genera trabajo adicional, retrasos en la gestión y posibles costos extra para el cliente.

Promover la utilización de checklists internas para que el vendedor valide que toda la información está completa antes de pasar la solicitud al equipo de operaciones.

Incentivar una comunicación fluida y continua entre ventas y operaciones para aclarar dudas y verificar cualquier detalle antes de proceder con la reserva.

Enseñar cómo usar correctamente los sistemas de gestión (como el panel de iContainers) para documentar de forma estructurada toda la información del booking y facilitar el trabajo del equipo operativo.

Resultado esperado: Al contar con toda la información necesaria desde el inicio, se reduce significativamente la posibilidad de errores, se mejora la coordinación del envío y se garantiza un flujo de trabajo ágil entre ventas y operaciones. Esto impacta directamente en la satisfacción del cliente y en la eficiencia del servicio.

Conclusión

Al organizar sesiones de capacitación que cubran estos aspectos clave, el equipo de ventas podrá comprender mejor los procesos operativos y la cadena completa de un envío internacional. Esto les permitirá ofrecer un servicio más eficiente, reducir errores, y generar mayor satisfacción y fidelización de los clientes. La capacitación integral, que incluye tanto conocimientos teóricos como prácticos, fortalecerá la coordinación entre ventas y operaciones, mejorando la experiencia del cliente y asegurando el éxito continuo en los envíos internacionales.

Responsable: Equipo de ventas y operaciones

Fecha: Durante toda la práctica

Resultado esperado: Mejora en la comprensión mutua y en la resolución de problemas.

I. Establecer KPIs de comunicación

Acción: Definir indicadores clave de desempeño (KPIs) para medir la efectividad de la comunicación entre los equipos, como tiempos de respuesta, precisión en la información transferida, y satisfacción del cliente.



En la empresa se ha implementado un KPI para la atención inmediata del teléfono cuando un cliente realiza una llamada. Es esencial para lograr una venta tener una velocidad de respuesta óptima que cumpla con las expectativas del cliente. El equipo líder del departamento de ventas envía un reporte diario con el fin de que se tomen el 100 % de las llamadas.

Responsable: Ventas con el apoyo de los líderes de ambos departamentos.

Fecha: Durante toda la práctica

Resultado esperado: Establecer una base de métricas que permitan ajustar los procesos si es necesario.

m. Feedback constante con los clientes

Acción: Implementar encuestas de satisfacción periódicas a los clientes para evaluar cómo perciben el proceso de comunicación y entrega de servicios.

Responsable: Equipo de ventas.

Fecha: A partir del tercer mes.

Resultado esperado: Retroalimentación continua para mejorar los procesos y mantener la fidelización de los clientes.

n. Desarrollo de un sistema de *tickets* o incidencias

Acción: iContainers ya cuenta con un sistema de tickets llamado FreshDesk para que los agentes de ventas y operaciones puedan seguir el estado de cada envío y resolver problemas de manera más estructurada.

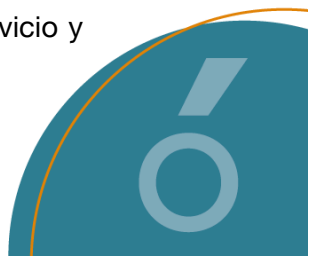
Responsable: Equipo de IT y ventas.

Fecha: No aplica

Resultado logrado: Mejor trazabilidad y resolución de incidencias de manera más organizada.

o. Plan de seguimiento post-venta

Acción: Establecer un plan de seguimiento con los clientes luego de cada envío para asegurar la satisfacción y fomentar la repetición de negocios. Si bien la empresa realiza un plan de seguimiento postventa con el equipo de marketing, sería bueno que todos los miembros del equipo tengan acceso a estos reportes con el fin de mejorar el servicio y



poner especial atención a los requerimientos y solicitudes de los clientes, incluso cuando estos terminan el servicio.

Responsable: Equipo de ventas.

Fecha: Durante todo el periodo de prácticas.

Resultado esperado: Aumentar la fidelización y las oportunidades de venta recurrente.

p. **Cómo filtrar correctamente a los clientes**

Filtrar bien al cliente desde el primer contacto evita perder tiempo con leads no calificados y te ayuda a enfocarte en los que sí tienen potencial de cierre. Aquí tienes algunas ideas:

Criterios de filtrado (pueden convertirse en preguntas):

- ¿El cliente tiene una necesidad logística real y concreta?
- ¿Con qué frecuencia realiza envíos? (una sola vez, mensual, semanal)
- ¿Tiene experiencia previa trabajando con *freight forwarders*?
- ¿Tiene claridad sobre el tipo de servicio que necesita? (aéreo, marítimo, terrestre)
- ¿Qué tan urgente es el envío?
- ¿Qué presupuesto estimado maneja?
- ¿Quién toma la decisión de contratar el servicio?
- ¿Está comparando solo precios o busca una relación a largo plazo?

Clasificación de leads según su calidad:

- *Hot* (Caliente): Cliente decidido, envío próximo, alto volumen o necesidad urgente.
- *Warm* (Tibio): Cliente con interés real, pero sin urgencia o necesita más información.
- *Cold* (Frío): Cotiza por comparar, no tiene claridad ni intención inmediata de contratar.

Plan de Mejora: Estrategia de Ventas Consultiva y Cierre Efectivo

Objetivo: Mejorar la tasa de conversión de cotizaciones a ventas efectivas, desarrollando un enfoque más consultivo, estructurado y centrado en generar confianza con el cliente.

Acciones del Plan de Mejora

a. Implementar un guión flexible de preguntas para la primera llamada o contacto

Objetivo: Entender bien las necesidades reales del cliente desde el inicio.



Preguntas clave a incluir:

- ¿Qué tipo de carga desea enviar y con qué frecuencia?
- ¿Cuál es el origen y destino del envío?
- ¿Cuál es el objetivo principal de su búsqueda? ¿Precio, rapidez, confianza?
- ¿Qué fechas está manejando para este envío?
- ¿Ha tenido alguna experiencia negativa anterior que le preocupe repetir?
- ¿Con quién más está cotizando?
- ¿Cómo se toma la decisión final en su empresa?

Esto permite adaptar la propuesta de valor al caso específico del cliente.

b. Enviar propuestas personalizadas, no genéricas

Objetivo: Que el cliente perciba que se entiende su necesidad exacta.

Acción: Adaptar cada cotización con observaciones relevantes, ventajas específicas del servicio ofrecido y puntos diferenciales (por ejemplo, tiempos de respuesta, acompañamiento personalizado, red de agentes, etc.).

c. Estrategias para ganar confianza y cerrar el trato

Tácticas sugeridas:

- Mostrar seguridad y dominio técnico en cada respuesta.
- Contar un caso de éxito real parecido al del cliente.
- Responder rápido y con soluciones, no con excusas.
- Incluir testimonios o referencias si están disponibles.
- Mostrar transparencia: explicar claramente lo que incluye y no incluye el servicio.

Frases útiles para el cierre:

- "¿Hay algo que le impida tomar una decisión hoy?"
- "¿Qué necesitaría de nuestra parte para que trabajemos juntos en este envío?"
- "Puedo asegurarle que desde nuestra parte tendrá un seguimiento personalizado y sin sorpresas. ¿Le parece si avanzamos con la reserva?"

d. Seguimiento sistemático y profesional

Objetivo: No perder ventas por falta de seguimiento o falta de persistencia.

Acción: Establecer un protocolo de seguimiento (24 horas después del envío de cotización, luego 3 días, luego 1 semana).



Usar CRM o simplemente Excel con columnas de: nombre cliente, tipo de carga, etapa del trato, fecha último contacto, próxima acción, observaciones.

Indicadores para medir resultados:

- % de cotizaciones que se convierten en venta.
- Tiempo promedio de cierre por cliente.
- Número de leads calificados por semana.
- Retroalimentación positiva de los clientes en encuestas o feedback directo

Esquema de Plan de mejora:

Acciones de mejora	Tareas	Responsable de la tarea	Tiempo o Inicio -Fin	Financiación	Indicador Seguimiento	Responsable Seguimiento
Auditoría interna de comunicación	Realizar evaluación del flujo de comunicación entre ventas y operaciones	Ventas + equipo de operaciones	Mes 1	Interna	Informe de diagnóstico entregado	Vendedor
Reuniones interdepartamentales	Establecer reuniones semanales/quincenales	Líderes de ventas y operaciones	Desde mes 2	Interna	Nº de reuniones realizadas, actas	Líder de operaciones
Mejora recopilación info cliente	Crear formulario/base de datos compartida	Vendedor + IT	Mes 1	Interna	Uso del formulario por ventas y operaciones	Líder de Ventas
Automatización tarifas	Explorar herramientas para comparar tarifas automáticamente	TI + ventas	Desde mes 2	Posible inversión en software	Tiempo promedio de respuesta al cliente	Jefe de TI
Capacitación cruzada	Organizar sesiones para ambos equipos	RRHH o responsable de capacitación	Mes 3	Interna	Nº sesiones realizadas, feedback	RRHH



KPIs de comunicación	Definir y monitorear KPIs de comunicación	Vendedor + líderes de equipos	Mes 2	Interna	KPIs definidos y reportes mensuales	Vendedor
Feedback de clientes	Aplicar encuestas periódicas	Ventas	Desde mes 3	Interna	Resultados de encuestas y mejora continua	Vendedor
Sistema de tickets	Desarrollar sistema de seguimiento de incidencias	TI + ventas	Mes 2	Posible inversión	Nº de tickets generados y resueltos	Jefe de TI
Tecnología para rutas	Proponer herramientas de optimización de rutas	TI + logística	Desde mes 3	Posible inversión	Reducción en costos y tiempo de entrega	Jefe de logística
Seguimiento post-venta	Establecer contacto posterior a cada envío	Equipo de ventas	Todo el periodo	Interna	% de clientes contactados post-venta	Líder de ventas

Tabla 1: Esquema Plan de mejora

Justificación del plan de mejora

En el marco de mi periodo de prácticas en el área de ventas de una empresa logística internacional, se ha identificado una oportunidad clave de mejora en la coordinación interdepartamental, especialmente entre las áreas de ventas y operaciones. Dicha coordinación es fundamental para garantizar la eficiencia en la planificación y ejecución de los envíos, así como para optimizar la experiencia del cliente.

Actualmente, los procesos presentan desafíos como la duplicación de esfuerzos, errores por falta de información precisa y demoras en la toma de decisiones, los cuales afectan la calidad del servicio y la repetición de ventas. Por ello, este plan de mejora tiene como objetivo central fortalecer la comunicación, estandarizar la transmisión de información y fomentar una cultura de mejora continua, mediante herramientas prácticas y colaborativas.



8. Aportes a mi formación personal

Durante esta práctica empresarial pude desarrollar habilidades clave que fortalecieron mi perfil personal. Entre los aspectos más destacados, aprendí a gestionar mis tiempos de manera más eficiente, equilibrando las demandas del cargo con las responsabilidades académicas. Al principio, representó un reto muy grande el saber que tenía: Envíos existentes con clientes adquiridos, envíos con clientes nuevos, discrepancias por envíos anteriores, nuevos clientes para asesorar y seguimiento de clientes existentes. Todo esto, representa un reto grande para la gestión del tiempo. Además, la interacción constante con clientes y proveedores internacionales mejoró mi capacidad de comunicación, adaptándome a diversas culturas y estilos de negociación. Esta práctica también me permitió desarrollar una mayor resiliencia ante situaciones imprevistas y aprender a gestionar situaciones de estrés.

Uno de los aspectos más destacados de esta experiencia fue el manejo eficiente de mi tiempo. La práctica me permitió entender la importancia de la organización y la priorización de tareas. Al principio, fue un desafío encontrar el equilibrio entre las demandas del puesto y mis responsabilidades académicas. La gestión de envíos existentes con clientes adquiridos, la atención de nuevos clientes, la resolución de discrepancias de envíos anteriores, la asesoría a nuevos clientes y el seguimiento de los clientes actuales representaban una carga de trabajo constante y de gran volumen. Sin embargo, a través de la organización de mis actividades y el uso de herramientas de gestión, logré establecer una estructura más eficiente, priorizando las tareas más urgentes y distribuyendo el tiempo de forma equilibrada. Aprendí a trabajar bajo presión sin sacrificar la calidad del servicio ni mi bienestar personal.

Otro de los grandes aprendizajes fue la interacción constante con clientes y proveedores internacionales. Esta experiencia me permitió mejorar mi capacidad de comunicación, ya que tuve que adaptarme a diferentes estilos de negociación, expectativas y culturas laborales. Aprendí a ser flexible en mi enfoque, manejando situaciones con un alto nivel de profesionalismo y claridad, lo que me permitió generar relaciones de confianza con clientes de diversas nacionalidades. Esto no solo fortaleció mi habilidad para negociar en un entorno global, sino que también me hizo más consciente de la importancia de la empatía y la escucha activa para entender las necesidades de los demás.

La interacción con proveedores internacionales también me enseñó a manejar situaciones complejas y diversas. Los desafíos logísticos y las diferencias horarias son aspectos constantes que tuve que considerar, lo que me permitió desarrollar una mayor agilidad y creatividad al momento de resolver problemas. Aprendí a comunicarme de manera efectiva en un entorno multilingüe y multicultural, lo cual me enriqueció tanto profesional como personalmente.



Asimismo, esta práctica me permitió fortalecer mi resiliencia ante situaciones imprevistas. Los problemas logísticos, los retrasos inesperados o las discrepancias en los envíos fueron situaciones que se presentaron de manera recurrente. A través de la experiencia, aprendí a mantener la calma, pensar con claridad y actuar con rapidez para encontrar soluciones. La capacidad de lidiar con el estrés y la presión se convirtió en una de las habilidades más valiosas que desarrollé durante este periodo. Aprendí a gestionar mis emociones en situaciones de alta presión, manteniendo siempre un enfoque en la resolución de problemas y la satisfacción del cliente.



9. Aportes a mi formación profesional

Esta práctica empresarial ha sido un pilar fundamental en mi formación profesional, brindándome la oportunidad de aplicar y consolidar los conocimientos adquiridos a lo largo de mi carrera en Negocios Internacionales en un entorno real y dinámico. A través de esta experiencia, pude profundizar en los procesos logísticos y la gestión del transporte internacional, áreas clave en el comercio global, lo que ha fortalecido considerablemente mi perfil como profesional en este campo.

Una de las principales competencias que desarrollé fue la capacidad para negociar con proveedores de transporte y coordinar eficientemente las rutas para la distribución de productos internacionales. Aprendí a gestionar tanto los aspectos operativos como los comerciales de los envíos, desde la selección de la mejor opción de transporte hasta la negociación de tarifas y plazos de entrega. Esta habilidad es crucial en el ámbito del comercio internacional, ya que la optimización de rutas y la reducción de costos logísticos impactan directamente en la competitividad y eficiencia de las operaciones comerciales.

Además, tuve la oportunidad de gestionar la relación con clientes internacionales, lo que me permitió perfeccionar mis habilidades en la gestión de relaciones comerciales. Aprendí a identificar las necesidades específicas de cada cliente, adaptando las soluciones logísticas a sus requerimientos particulares. Esta experiencia me enseñó la importancia de la fidelización de clientes, no solo en términos de ofrecer un servicio eficiente y confiable, sino también en el establecimiento de relaciones a largo plazo basadas en la confianza y la satisfacción mutua. El poder anticipar las necesidades de los clientes y ofrecerles soluciones personalizadas me ha proporcionado una comprensión más profunda de cómo se maneja el cliente en el ámbito del comercio internacional y la logística.

La experiencia también me permitió aplicar conceptos técnicos de mi carrera, como el manejo de documentos de transporte (*Bill of Lading, Air Waybill*), los términos Incoterms, y la gestión aduanera, lo que me ha hecho más competente en el manejo de la documentación y los trámites internacionales. Este conocimiento técnico me permite ser más eficiente y preciso en la ejecución de procesos logísticos, minimizando errores y asegurando la correcta circulación de mercancías a nivel global.

Mi práctica también me brindó la oportunidad de participar activamente en el desarrollo y ejecución de estrategias de optimización de la cadena de suministro, aprendiendo a identificar áreas de mejora en la logística y proponiendo soluciones innovadoras para aumentar la eficiencia operativa. Esta capacidad de analizar y mejorar procesos es un componente esencial de mi perfil profesional, especialmente en el contexto de un mercado internacional cada vez más competitivo.



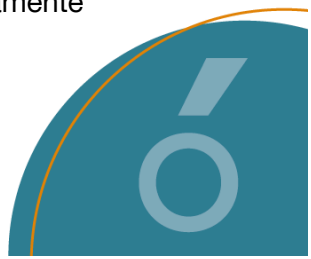
10. Conclusiones

Mi práctica en iContainers ha sido una experiencia fundamental que ha consolidado mi visión del comercio internacional y la logística, y me ha permitido adquirir una perspectiva más clara sobre los desafíos y las oportunidades del sector. A través de la participación en proyectos clave y de la interacción diaria con plataformas avanzadas de gestión de cargas y clientes, pude identificar y aplicar diversas lecciones valiosas que son esenciales para el éxito en el ámbito logístico.

Una de las principales conclusiones que saco de esta experiencia es que la optimización de procesos y la reducción de tiempos de respuesta son aspectos cruciales para mantener la competitividad en el sector logístico internacional. En un entorno tan dinámico y globalizado, las empresas deben ser ágiles para adaptarse a cambios imprevistos, gestionar eficientemente sus recursos y asegurar una entrega puntual y segura de mercancías. En este contexto, la capacidad de automatizar tareas repetitivas y de simplificar procesos logísticos es una ventaja estratégica. Esta práctica me permitió evidenciar cómo *iContainers* ha logrado integrar diferentes herramientas tecnológicas para mejorar la eficiencia operativa, lo cual fue un factor clave en la mejora de la experiencia del cliente y en la optimización de tiempos de respuesta.

En cuanto a la gestión de la relación con clientes, mi participación activa en el uso de plataformas como Salesforce, Odin, FreshDesk y la web oficial de iContainers me permitió ver de primera mano cómo la integración de estos sistemas contribuye significativamente a la personalización de los servicios. Estos sistemas permiten una gestión más eficiente de la información, la cual puede ser utilizada para ofrecer soluciones logísticas más adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente. El poder acceder a datos clave en tiempo real, como el estado de los envíos, el historial de transacciones y las preferencias de los clientes, ha sido crucial para ofrecer una atención más personalizada y para aumentar la satisfacción y fidelidad de los clientes. La automatización y la centralización de información también disminuyen la posibilidad de errores humanos y aceleran el proceso de toma de decisiones, permitiendo a la empresa operar con mayor agilidad.

Además, he podido comprobar que la capacitación continua es esencial en el mundo del comercio internacional, dado que las normativas y los procesos están en constante evolución. A través de esta práctica, comprendí la importancia de mantenerse actualizado en cuanto a los Incoterms, la gestión aduanera, las normativas internacionales y las mejores prácticas logísticas. Estas competencias son indispensables para poder ofrecer servicios de calidad en el ámbito de la logística internacional. La práctica en iContainers me ha permitido fortalecer estas habilidades y me ha enseñado a adaptarme rápidamente a los cambios en las necesidades del mercado.



Por otro lado, el apoyo y orientación que recibí tanto de mi docente asesor como del equipo de iContainers fueron cruciales para que pudiera afrontar de manera exitosa los retos que se me presentaron durante mi práctica. El equipo de iContainers, compuesto por profesionales altamente capacitados y con amplia experiencia en el sector, me brindó un entorno de aprendizaje excepcional, en el que pude aplicar lo aprendido de manera práctica y adquirir nuevas habilidades en el proceso. Este acompañamiento constante, combinado con la retroalimentación constructiva, me permitió crecer no solo en términos de conocimientos técnicos, sino también en cuanto a la capacidad de gestionar y resolver problemas de manera autónoma.

En resumen, esta práctica no solo ha reforzado mi perfil profesional como futuro experto en comercio internacional y logística, sino que también me ha permitido poner en práctica herramientas y estrategias de vanguardia que son fundamentales en el desarrollo de negocios internacionales. La optimización de procesos, la automatización y la personalización del servicio son elementos clave que marcarán la diferencia en la competitividad de las empresas logísticas en el futuro. Sin lugar a dudas, esta experiencia me ha proporcionado un entendimiento mucho más profundo de la importancia de la eficiencia operativa, la integración tecnológica y la atención personalizada al cliente, y me ha preparado para enfrentar con éxito los desafíos que surgirán en el ámbito del comercio global.



11. Recomendaciones

Para la empresa de práctica:

Implementar un sistema de gestión de relaciones con clientes (CRM) más robusto y adaptado a las necesidades específicas de la empresa, con el fin de optimizar la eficiencia en la comunicación, centralizar la información relevante de los clientes y mejorar el seguimiento de oportunidades de negocio. Esta herramienta permitirá a los equipos acceder a datos actualizados en tiempo real, gestionar de manera proactiva las interacciones con los clientes y tomar decisiones estratégicas basadas en información concreta, lo cual se traduce en una mayor fidelización y un mejor aprovechamiento de los recursos comerciales.

Para el asesor:

Brindar retroalimentación continua durante el periodo de prácticas, mediante reuniones de seguimiento frecuente y estructurado, que permita al estudiante identificar tempranamente fortalezas y áreas de mejora. Esta dinámica contribuye a ajustar de manera oportuna el enfoque de la intervención práctica, garantizando un aprendizaje más significativo y alineado con los objetivos tanto académicos como profesionales. Además, fortalece el vínculo entre el estudiante y el asesor, facilitando una guía más efectiva en la toma de decisiones.

Para el líder de proceso en la empresa:

Fomentar activamente un ambiente de colaboración interdepartamental, incentivando la comunicación fluida y el trabajo conjunto entre los equipos de ventas, operaciones y atención al cliente. Esta sinergia permitirá una visión más integral del ciclo comercial y operativo, mejorando la eficiencia en la resolución de problemas, la coordinación de actividades y, en consecuencia, la satisfacción del cliente. La integración de estos equipos contribuirá también a una cultura organizacional más cohesionada y orientada al logro de objetivos comunes.

Para la universidad y la coordinación de prácticas:

Ofrecer un portafolio más amplio de oportunidades de prácticas en empresas que operen en mercados internacionales, permitiendo a los estudiantes acceder a entornos más dinámicos, multiculturales y exigentes. Esta experiencia enriquecerá su formación profesional al exponerlos a desafíos reales del comercio global, a distintos estilos de gestión, y a herramientas tecnológicas de última generación. Asimismo, reforzará su perfil competitivo en el mercado laboral y fortalecerá la vinculación de la universidad con el sector empresarial a nivel internacional.

12. Bibliografía y Webgrafía

Cabrera Cánovas, A. (2020). Manual de uso de las reglas Incoterms 2020: Casos prácticos, ejemplos y test de autoevaluación. Marge Books.

Fisher, R., & Ury, W. (1981). Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In. Penguin Books.

Huerta Romero, P. (2023). Propuesta de estrategia promocional de ventas para la captación de clientes en la empresa Innovación Logística Internacional S.A.C. [Tesis de licenciatura, Universidad Inca Garcilaso de la Vega]. Repositorio Institucional UIGV. <https://hdl.handle.net/20.500.11818/6927>

iContainers:

iContainers. (s.f.). *Transporte marítimo internacional*.
<https://www.icontainers.com/es/>

Kotler, P. (2003). Marketing Management. Prentice Hall.

Peña Acuña, B., Caldevilla Domínguez, D., & Batalla Navarro, P. (2017). Tres casos de empresas internacionales con éxito: estudio de las estrategias de comunicación interna. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (134), 315–330. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057382018>

Porter, M. E. (1996). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press.

Reichheld, F. F., & Sasser, W. E. (1990). Zero Defections: Quality Comes to Services. Harvard Business Review.

Shipa Freight. (s.f.). *Servicios de transporte internacional simplificados*.
<https://www.shipafreight.com/>

Tushman, M. L., & O'Reilly, C. A. (1996). Ambidextrous Organizations: Managing Evolutionary and Revolutionary Change. California Management Review.

