



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“PROPUESTA DE MEJORA DEL PROCESO DE
DISTRIBUCIÓN PARA LA SATISFACCIÓN DE LOS
CLIENTES DE LA EMPRESA COURIER JAÉN SRL EN
LA CIUDAD DE JAÉN- AÑO 2017”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

OLIVA GARCÍA JEFFERSON LUIS

ASESOR

DR. SÁNCHEZ PACHECO, LUIS ALBERTO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

PLANIFICACIÓN

PIURA – PERÚ

2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Universidad César Vallejo
Facultad de Ciencias Empresariales

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo – Piura, siendo las 7:00 pm del día VIERNES 20 de JULIO del 2018.

El Jurado Evaluador de la Tesis denominada:

“PROPUESTA DE MEJORA DEL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN PARA LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA COURRIER JAÉN SRL EN LA CIUDAD DE JAÉN – AÑO 2017”

Sustentada por:

OLIVA GARCIA JEFFERSON LUIS

(Apellidos)

(Nombres)

Bachiller en:

Administración.

ACUERDAN:

APROBAR

RECOMIENDAN

LEVANTAR OBSERVACIONES

Presidente (a) del Jurado:

DR. LUIS SÁNCHEZ PACHECO

Nombre Completo

Firma

Miembro (a) del Jurado:

DR. FREDDY CASTILLO PALACIOS

Nombre Completo

Firma

Miembro (a) del Jurado:

MG. REGINA JIMENEZ CHINGA

Nombre Completo

Firma

CAMPUS PIURA:

Av. Prolongación Chulucanas s/n.
Tel.: (073) 285 900 Anx.: 5501.

fb/ucv.peru
@ucv_peru
#saliradelante
ucv.edu.pe

DEDICATORIA

A mis padres y hermanos por haberme apoyado durante estos cinco años de universidad y el gran sacrificio que hicieron por verme salir adelante y llegar en ser un buen profesional, por la gran motivación que me daban cada día.

Asimismo a mis abuelitos, también a toda mi familia Oliva García por su gran apoyo moral y espiritual durante toda mi carrera universitaria.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme bendecido en este duro camino, por darme las fuerzas para seguir adelante y así poder lograr unos de los primeros objetivos de mi vida, porque sé que él siempre está presente en cada paso que doy. Sobretudo ayudarme a no rendirme.

A todas las personas que me brindaron su apoyo, desde el comienzo hasta la culminación de la investigación.

Declaración de autenticidad

Yo, Jefferson Luis Oliva García, con DNI N° 70042154, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se muestran en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por el cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura, 03 de Septiembre del 2018.



Oliva García Jefferson Luis

DNI N°70042154

Presentación

Señores miembros del Jurado:

Presento ante ustedes la tesis titulada “Propuesta de mejora del proceso de distribución para la satisfacción de los clientes de la empresa Courier Jaén SRL en la ciudad de Jaén – Año 2017”, con la finalidad de establecer el nivel de relación que existe entre ambas variables. La misma que consta de los siguientes capítulos:

En el Capítulo I: Introducción, se describe la realidad problemática, los trabajos previos, las teorías relacionadas al tema, el problema de investigación, la justificación, las hipótesis y por último los objetivos.

En el Capítulo II: Método, se da a conocer el diseño de investigación, las variables y su operacionalización, la población y la muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, los métodos de análisis de datos y finalmente los aspectos éticos.

En el Capítulo III y IV: Se dan a conocer los resultados obtenidos a través de la aplicación de los instrumentos y se discuten los diferentes resultados de los trabajos previos, se contrastan las teorías relacionadas al tema con los resultados obtenidos en la presente investigación.

En el Capítulo V, VI y VII: Se presentan las conclusiones, recomendaciones y se presentan las referencias bibliográficas que sirvieron como base para el desarrollo de la presente investigación y los anexos utilizados, respectivamente.

La presente investigación se presenta en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo. Esperando cumplir con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

INDICE DE CONTENIDO

Página del jurado.....	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO.....	4
Presentación.....	6
INDICE DE TABLAS.....	9
Resumen	10
Abstract.....	11
I. INTRODUCCIÓN.....	12
1.1. Realidad problemática	12
1.2. Trabajos previos.....	14
1.2.1. Antecedentes internacionales	14
1.2.2. Antecedentes nacionales.....	15
1.2.3. Antecedentes locales.....	17
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	18
1.4. Formulación del problema.....	23
1.4.1. Pregunta general	23
1.4.2. Preguntas específicas	23
1.5. Justificación del estudio.....	23
1.6. Objetivo.....	24
1.6.1. Objetivo general.....	24
1.6.2. Objetivos específicos.....	24
II. MÉTODO.....	25
2.1. Diseño de investigación.....	25
2.2. Variables, Operacionalización.....	25
2.2.1. Proceso de distribución.	25
2.2.2. Satisfacción de los clientes	26
2.2.3. Operacionalización de variables.....	27
2.3. Población y muestra	29
2.3.1. Población	29
2.3.2. Muestra	29
2.3.3. Criterios de selección	29
2.4. Técnicas, instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	30
2.4.1. Técnicas.....	30
2.4.2. Instrumentos	30
2.4.3. Validez	31
2.4.4. Confiabilidad	31
2.5. Métodos de análisis de datos.....	31
2.6. Aspectos éticos.....	32

III. RESULTADOS	33
3.1 Proceso de distribución actual en la empresa Courier Jaén SRL año 2017.....	33
3.2 Grado de satisfacción de los clientes de la empresa Courier Jaén SRL año 2017..	38
IV. DISCUSIÓN Y PROPUESTA	50
4.1. Discusión	50
4.2 Propuesta	55
4.2.1. Introducción	55
4.2.2. Objetivos de la propuesta.....	55
4.2.3. Justificación	56
4.2.4. ANALISIS FODA.....	57
4.2.5. Análisis del entorno competitivo.....	58
4.2.6 Mercado meta.....	60
4.2.7. Estrategias de marketing.....	60
4.2.7.1. Estrategias FO: Mejorar la imagen empresarial.....	60
4.2.7.2. Estrategias FO: Establecer alianzas estratégicas con empresas.....	63
4.2.7.3. Estrategias DO: Realizar estrategias de publicidad.....	65
4.2.7.4 Estrategias FA: Mejorar la gestión en los procesos de distribución.....	68
4.2.7.5 Estrategia DA: Capacitación a los colaboradores.....	70
V. CONCLUSIONES	74
VI. RECOMENDACIONES.....	75
VII. REFERENCIAS.....	76
ANEXOS.....	79
Anexo 1.....	80
Matriz de consistencia	80
Anexo 2.A: Instrumento - Cuestionario	81
Anexo 2. B. Entrevista al Gerente y Subgerente de la empresa.....	82
Anexo 2.B. Entrevista al Gerente y Subgerente de la empresa.....	85
Anexo. 2. C Entrevista a todos los trabajadores de la empresa.....	87
Anexo. 2. C Entrevista a todos los trabajadores de la empresa.....	89
ANEXO 3. Cotización de un vehículo.....	92
ANEXO 4. Constancia y ficha de validación de cuestionario.....	95
ANEXO 5. Formato de confiabilidad de instrumento	105
ANEXO 6. Declaratoria de Autoria.....	106
ANEXO 8 Autorización de publicación de tesis en repositorio UCV.....	107

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Nivel de satisfacción con el tiempo que lleva utilizando el servicio.....	39
Tabla 2 Frecuencia del uso del servicio.	40
Tabla 3 Reconocimiento por la mejora del servicio.	41
Tabla 4 Grado de satisfacción general con el servicio.	41
Tabla 5 Ha recomendado el servicio.....	42
Tabla 6 Atiende bien a las necesidades del cliente.	43
Tabla 7 Ha tenido problemas con el servicio.....	43
Tabla 8 Está de acuerdo que brinda un servicio de calidad.	44
Tabla 9 El personal está dispuesto ayudar a los usuarios.....	45
Tabla 10 El trato del personal es de buena calidad.....	45
Tabla 11 Encuentro las mejores soluciones.....	46
Tabla 12 El personal da una imagen de honestidad y confianza.....	47
Tabla 13 Se informa adecuadamente sobre el recorrido de su encomienda.	47
Tabla 14 Recoge de forma adecuada las quejas y sugerencias de los usuarios.....	48
Tabla 15 Utiliza equipos informáticos.....	48
Tabla 16 Utiliza medios de transporte.....	49
Tabla 17 Disponibilidad de los medios de comunicación y unidades de transporte.....	49

Resumen

El trabajo de investigación tuvo como objetivo proponer una propuesta de mejora del proceso de distribución para la satisfacción de los clientes de Courier Jaén SRL en la ciudad de Jaén. El tipo de estudio de la investigación según la finalidad, fue aplicada; según la técnica de contrastación fue descriptiva y según la temporalidad fue transversal. El diseño de la investigación es no experimental ya que no fueron manipuladas las respuestas de lo investigado solo se identificaron y describieron las características de las variables estudiadas. Los instrumentos de análisis de datos fueron la encuesta para los usuarios que laboran con la empresa Courier Jaén SRL, la entrevista estuvo dirigida al gerente, subgerente y a todo el personal que labora en la empresa. La población de estudio estuvo conformada por las 92 empresas que fueron encuestadas, el gerente, subgerente y el personal que labora en la empresa. Se concluyó que existe un alto grado de satisfacción con el servicio brindado a todos los usuarios que laboran con la empresa. Por otro lado se evidencio estadísticamente que están de acuerdo por el servicio brindado la cual atiende bien a las necesidades del cliente.

Palabras claves: Proceso de distribución y satisfacción de los clientes.

Abstract

The research work aimed to propose a proposal to improve the distribution process for the satisfaction of Courier Jaén SRL customers in the city of Jaén. The type of study of the research according to the purpose was applied; According to the contrasting technique was descriptive and according to the transient temporality. The design of the research is not experimental since the answers of the investigated were not manipulated only the characteristics of the studied variables were identified and described. The data analysis instruments were the survey for users working with the company Courier Jaén SRL, the interview was addressed to the manager, assistant manager and all staff working in the company. The study population consisted of the 92 companies that were surveyed, the manager, deputy manager and the personnel who work in the company. It was concluded that there is a high degree of satisfaction with the service provided to all users working with the company. On the other hand it was statistically evidenced that they are in agreement for the service provided which attends well to the needs of the client.

Key words: Distribution process and customer satisfaction.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Mediante el veloz desarrollo de la economía global, nacional, local, y debido al índice protagónico que el mercado se expande dentro de este entorno, las compañías que ofrecen servicios logísticos confrontan un gran desafío en la capacidad de cambiar sus procedimientos a mayores volúmenes, comprometerse a una demanda cada vez más elevadas de los clientes en cuanto a la calidad del servicio y desafiar al ingreso de nuevos competidores.

Los servicios de Courier que se viene desarrollando a nivel global, son Fedex, DHL, TNT, y a nivel nacional existen empresas importantes como Olva Courier, Hermes, Jet Cargo Service, Andes Express y Paloma Express a nivel local existen empresas como Sg Courier, IHC Courier. El servicio que brindan estas empresas es complementario a la actividad comercial, financiera y de comercio exterior, muchas despachan documentos y carga pequeña mediante el servicio Courier. Este rubro se ha tornado competitivo en varios aspectos: calidad de servicio, cobertura nacional e internacional, tarifas económicas. Es así que esta investigación está enfocada en analizar cómo opera la empresa Courier Jaén, SRL, la misma que debe competir con otras empresas de mayor tamaño. La empresa Courier Jaén SRL viene elaborando 02 años en el rubro de servicios postales, en la ciudad de Jaén, desde el 01 julio del 2014, con cinco trabajadores y tiene por objeto: la prestación de servicios de mensajería, courier a nivel local y nacional, autorizadas por las leyes peruanas.

En caso que si el problema persiste esto traería desventajas, debido que sería una gran barrera para la adaptación y el progreso debido en que

algunas ocasiones las personas se resisten al cambio laboral por la falta de motivación y como consecuencia no contribuiría a que la empresa se libere de todos estos problemas que está atravesando.

Courier Jaén SRL, actualmente tiene problema en el proceso de la recepción y el despacho de las valijas todos los días lo cual se realiza de forma manual. Por otro lado, no cuenta con insumos, suministros y útiles de despacho propios debido a que son comprados en el día o sino utilizando los mismos sacos o valijas (usados), perjudicando el proceso de servicio.

Asimismo, la falta de personal, pues el personal actual no se abastece debido al incremento de actividades en la productividad de la empresa así mismo la falta de compromiso e identificación con la empresa. Otro problema que se presenta es que no se clasifica a los clientes de acuerdo a su grado de importancia y frecuencia de la demanda de servicio, para de esta manera optar por brindarle un mejor servicio de calidad para poder satisfacerlo en todas sus necesidades del cliente, es por ello que la empresa corre el riesgo de que estos clientes puedan optar por otra Courier, ejemplo de ello es la forma de pago, pues algunos tienen como política el pago a 30 o 60 días, pero los proveedores de Courier Jaén SRL, no otorgan créditos, teniendo que asumir este financiamiento directamente y considerando que la empresa no elabora un presupuesto anual. Se necesita para lograrlo dar solución a este problema se debe diferenciar de los demás courier, innovando para luego obtener grandes resultados, es decir saber reinventarnos y poder adaptarnos a todas las necesidades que requiere el mercado.

La problemática en la empresa de Courier Jaén SRL es básicamente en sus procesos, lo cual perjudica en la capacidad de incrementar sus beneficios, por lo tanto los ingresos obtenidos deben ser mayores para que de esta manera se pueda recuperar la inversión realizada dentro de la empresa. La empresa Courier Jaén SRL se tiene que comprometer en evaluar sus procesos de servicio de envío y reparto de correspondencia encomiendas internas con instituciones públicas y privadas a nivel local,

nacional e internacional, tratando de implementar herramientas para la mejora, así de esta manera poder crear ventajas competitivas y de esta forma sostener o enriquecer su posicionamiento.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. Antecedentes internacionales

Báez (2012) en su Tesis: “Diseño de un proceso para el mejoramiento de desempeño del servicio de correo híbrido en una Empresa de Courier y Paquetería” realizado en la ciudad de Quito- Ecuador. Su objetivo general es diseñar y proponer un plan de mejora en la gestión administrativa del correo híbrido de una empresa de Courier, que permita elevar el nivel de satisfacción del cliente, atendiendo de manera ágil y oportuna las entregas de correo híbrido al cliente final. Bajo la perspectiva de la metodología de la investigación es descriptiva. Entre las principales conclusiones se tiene al estudiar la situación del correo híbrido permitió conocer los procesos que utiliza la Empresa de Courier para el manejo de este servicio, adicionalmente se pudo conocer los procedimientos y actividades que se utilizan para el funcionamiento del mismo.

Pérez (2004) en su tesis: “Propuesta de mejoramiento del centro de distribución de Hewlett Packard Colombia LTDA., ubicado en la zona franca de la ciudad de Bogotá, integrando la gestión de las áreas comercial y logística en pro de los objetivos corporativos”. Como objetivo general es plantear una proposición para mejorar la dirección del establecimiento de distribución de Hewlett Packard Colombia mediante el diagnóstico de los sectores de logística, comercial y de planeación, tratando de ordenar el procedimiento y dirigiéndolos con las metas de la empresa. Se considera como un trabajo de campo, y la investigación de Aplicativa. Entre las principales conclusiones tenemos observar la condición actual sobre el establecimiento de distribución, los sectores comerciales, de operaciones y logísticas y sus incidencias dentro de la dirección logística del establecimiento de distribución de Hewlett Packard Colombia, donde lograron identificar las apariencias más relevantes de esta dirección. Donde

se reunieron en su gran parte en los movimientos de entrada y salida de información mediante el establecimiento de distribución.

Malho (2013) en su tesis: "Diseño de un plan de mejoras de los procesos operativos de distribución en la zona metropolitana de Caracas, para una empresa de servicio de encomiendas". Su objetivo general es desarrollar la fase de distribución metropolitana de una compañía courier que presta servicios de encomienda, bien sea para documentos como para mercancía. Bajo la perspectiva de la metodología de la investigación es documental, de campo, puesto que los datos fueron tomados directamente de los procesos objeto de estudio y no se buscó la manipulación de ninguna de las variables del estudio, solo se hizo una observación detallada para la obtención de datos que ayudaron en los objetivos planteados en el estudio. Entre sus principales conclusiones del trabajo realizado se propuso formular mejoras para poder realizar el seguimiento de las diferentes actividades que se hacen durante los procesos operativos de distribución en la zona metropolitana de Caracas, que se realizan con el fin de reducir la frecuencia de errores que traigan demoras al proceso como tal para así poder eliminar o reducir el tiempo de solución de novedades.

1.2.2. Antecedentes nacionales

Ríos (2014) en su tesis: "Gestión de Procesos y Rentabilidad en la empresas de Courier en Lima Metropolitana" en la ciudad de Lima. Establece como objetivo general la determinación de la influencia que tiene en sentido directo de la gestión de procesos a base de la rentabilidad de todas las compañías de Courier en Lima Metropolitana, 2012-2013. Bajo la perspectiva es de básicamente al grado de conocimiento que se adquiere, esta investigación es descriptiva. Entre sus principales conclusiones del trabajo realizado se llegó a saber que la gran parte de las empresas de Courier en Lima Metropolitana al no poder realizar una buena gestión de calidad, no logran en reducir los tiempos de entrega por cada encomienda dirigida a los diferentes puntos del país, es por ello que la cadena de valor se ve atascada y da como resultado la disminución de la productividad, también se llegó a la conclusión que la gran parte de empresas de Courier

en Lima Metropolitana, no mejoran su productividad, es por ello que no realizan una buena investigación ni mucho menos identifican las causas que vienen afectando, trayendo como consecuencia deficiencias en la toma de decisiones.

Muñoz (2004) en su tesis: “Diseño de distribución en planta de una empresa textil”. Su objetivo general es diseñar una mejora en la distribución de planta que dé lugar a optimizar los elementos del ciclo productivo: máquinas, recursos humanos y materiales, en una planta nueva; así de esta manera el valor creado por el sistema de producción maximice los niveles de productividad de dicha empresa. Bajo la perspectiva de la metodología de la investigación es científico porque enfoca los problemas de la distribución. Esto implica a todos a trabajar de manera más objetiva, realizando cálculos basados en verdades y no hacer suposiciones, debido a que no se podría afirmar que el problema sea científica. Se concluyó que ha quedado establecido que la distribución en planta es la integración de toda la máquina, materiales, recursos humanos e instalaciones de empresa, en una gran unidad operativa; que labora de la mano con efectividad, así disminuyendo los costos de producción y maximizando la productividad.

Collantes (2010) en su tesis. “Análisis de la mejora de la confiabilidad de los sistemas de distribución eléctrica de alta densidad de carga. Tiene como objetivo general en lograr a determinar todos los indicadores SAIFI y SAIDI aplicables a los distintos sistemas de distribución de mayor densidad de carga del Perú (Lima Norte y Lima Sur), que den solución a un nivel de estabilidad óptimo entre costo y confiabilidad. Bajo la perspectiva de la metodología de la investigación es descrita, es así que el tipo probabilística analítica, es aplicable a los sistemas de distribución eléctrica y sensible a las acciones de mejoramiento de la confiabilidad más relevantes como la implementación de equipos de protección, seccionamiento y alimentaciones alternativas. Se pudo concluir es de acuerdo a los resultados obtenidos de la presente tesis, dando lugar a que los indicadores SAIFI y SAIDI respondan a un equilibrio óptimo entre costo

y confiabilidad y así poder dar lugar a la confiabilidad de los sistemas de distribución eléctrica son 2.78 fallas/usuario-año y 8.60 horas/usuario año. La inversión económica estimada para alcanzar dichos indicadores asciende a 12 688 miles US\$.

1.2.3. Antecedentes locales

Cumpa (2012) en su tesis realizada de “Mejoramiento de su producción, almacenaje y distribución de una empresa panificadora utilizando procedimiento ejecutivo”. Como objetivo general planea en renovar lo fase de desarrollo, almacenaje y distribución de un pequeño negocio de panificadora a través del uso de procedimientos operativos ya renombrado, debidamente concentrados en organizaciones de diferentes rubros que ayuden a tomar decisiones asertivas a fin de generar el incremento de beneficios. Bajo la perspectiva del método de investigación, debido al grado de conocimiento que se adquiere, esta investigación es descriptiva. Entre las principales conclusiones del trabajo se encuentra que es necesario implementar el servicio de entrega que representaría un gran provecho para la organización dado que podría abastecer a diferentes lugares de la ciudad que ya han sido adoptadas por las demás empresas, aumentando su aportación en el mercado, y hacerles frente con su diversificación de productos y su calidad ya conocida por las personas. Estará a cargo del departamento administrativa de la organización para así poder realizar los estudios necesarios, como estudio de mercado y costo-beneficio para una implementación adecuada.

Ventura (2014) en su tesis: “Automatización del proceso de ventas y distribución utilizando tecnología móvil y geolocalización para la empresa líder SRL”. Como objetivo general tuvo determinar en qué medida la automatización del proceso de ventas y distribución utilizando tecnología móvil y geo-localización disminuirá costos y tiempo de atención a sus Clientes. Bajo la perspectiva de la metodología es investigación científica, Iconix ayudara para su desarrollo, sirviendo de precedente para futuras investigaciones en el desarrollo de aplicaciones móviles y tecnologías de geo localización. Entre las principales conclusiones del trabajo realizado se

desarrolló una aplicación Móvil para Android y Web en con Base de Datos en SQL Server 2005, en base al ciclo de vida de la metodología Ágil Iconix.

1.3. Teorías relacionadas al tema

Es así que se consideraron los diferentes autores, de los cuales fueron considerados algunos de sus conceptos, pensamientos y teorías, los mismos que sirvieron como marco teórico para el desarrollo de esta investigación. En primer lugar se hace mención a la variable proceso de distribución, la cual tiene diferentes definiciones:

Proceso de Distribución

La distribución es una actividad, donde se realizan desde que el producto ha sido terminado por el fabricante para luego trasladarlo hasta el consumidor final, esto quiere decir cuanto mejor es el servicio ofrecido en la distribución será más costoso dicho proceso. Para que las ventas se produzcan no es suficiente tener un producto bueno, a un precio que accesible a todo el público y sea conocido por los consumidores. Por otra parte, los consumidores prefieren un mejor servicio en los establecimientos de la distribución, obviamente la respuesta a esta exigencia es incurrir en mayores costes de distribución .La distribución es unas de las variables de la mercadotecnia es decir del marketing mix. Que forma parte de las llamadas cuatro P's, las siguientes tres variables son producto, precio y promoción. La distribución tiene un papel social muy importante, en la medida en que tiene consecuencias sobre la economía de un país conjunto.

Thompson (2014) define la distribución como un instrumento de la mercadotecnia que incluye a un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para así llevar los productos desde el punto de fabricación hacia el punto de venta donde esté disponible para el cliente final a través de cantidades precisas, en las condiciones óptimas de

consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean.

Uno de los factores que involucra en la distribución es el ciclo en el tiempo de transporte, el tiempo es uno de los recursos que tenemos la cual nos amerita nuestra atención, para que de esta manera podamos aprovechar y sacarle el máximo, precisamente organizar debidamente nuestro tiempo, pues mejor nos planificamos más tiempo disponible tendremos a nuestro favor, por el contrario una mala organización del tiempo tendrá como resultado un mal trabajo. Por lo tanto debemos de planificar y programar como vamos a distribuir los tiempos antes de actuar.

Johnston (1997) pone a manifiesto que la confiabilidad en el transporte en las empresas de prestación de servicios brinda la calidad de los productos, es decir, la calidad de los tangibles que serían las anexiones que son provistas para el uso o consumo del cliente en el sistema. Asimismo hace referencia a la calidad de los intangibles, que sería la forma en que se ofrece el servicio y el trato que se le da al cliente.

La productividad del volumen de transporte indica el volúmen de transporte la cual se relaciona de acuerdo con la hora, el día de la semana y la estación del año. Es así, que mayormente la parte del tiempo, las zonas de circulación se enfrentan en una situación de infrautilización, así de esta manera transitar al extremo opuesto en determinadas franjas horarias y estacionales, esto nos da a entender que el volúmen de transporte es apenas apreciable.

Haig (1926) afirma que los costos de transporte lo establece que en el transporte y las rentas se encuentran relacionadas, ya que el primero permite reducir en gran medida las diferencias de renta por zonas, y quienes estén dispuestos a pagar precios más altos por una mejora de los transportes podrán disfrutar de localización más accesibles.

Desde el punto de vista de la gestión comercial la distribución es como una variable imprescindible en la venta de los productos esto quiere decir que el coste de la distribución tenga influencia en el precio final del producto, también es considerada como difícil de control por parte de la empresa, esto se da a la escasez de los canales de comercialización.

La segunda variable de esta investigación es Satisfacción de los clientes por el cual se ha considerado aportes de diversos autores que poseen conocimientos acerca del tema.

Una de las definiciones del concepto de Satisfacción del cliente es posible ubicarla en la norma ISO 9000:2005 que es el "Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario", que la define como la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos, asimismo aclarando además un aspecto importante sobre las inquietudes de los clientes: su existencia es un claro indicador de una baja satisfacción, pero si su ausencia no implica directamente una elevada satisfacción del cliente, debido a que puede indicar que son inadecuados la comunicación entre el cliente y la empresa, o que las quejas se realizan, pero no se registran adecuadamente, o que simplemente el cliente insatisfecho pueda cambiar de proveedor.

Para conseguir satisfacer a los clientes quiere decir que debemos ser capaces de introducir en la mente de los consumidores y crear una preferencia hacia nuestro servicio que está ofreciendo la empresa. Si el cliente queda satisfecho tras la obtención de cualquier servicio en su totalidad para la empresa es bueno porque beneficiará en que el cliente vuelva a optar por el servicio que ofrece la empresa y se convierte en un cliente leal, como también se encargará de comunicarle al resto de sus usuarios la experiencia positiva que ha tenido con el servicio, y eso favorece porque es una publicidad gratuita y muy efectiva para la empresa, pero también debemos tener bastante cuidado con los clientes insatisfecho porque lo hacen también y con mayor impacto.

Chiavenato (2009) menciona que cada gerente se responsabiliza por la satisfacción a sus clientes es así que debe capacitar cada vez más a las personas, y cada persona se compromete por incrementar el valor de los bienes y servicios para el cliente. Lo que se desea es incrementar el bienestar de los accionistas, elevando la satisfacción de sus clientes como el importe del patrimonio humano. Es por ello que existe la cadena de valores lo que facilita un aumento en el capital patrimonial e intelectual de la empresa y el tenaz mejoramiento de la empresa.

Los cumplimientos de estándares de calidad de servicio es explicado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) como la consecuencia global de la calidad de funcionamiento de un servicio que proporciona el nivel de satisfacción de un usuario en un servicio. Esto quiere decir que la norma de las condiciones similares a la calidad de servicio en la prestación de los servicios tiene los siguientes objetivos: como el apoyo a facilitar la transparencia, facilitando a los usuarios y en especial a los consumidores brindándoles información relevante acerca de la calidad de servicio en las distintas ofertas existentes en el mercado. Es así que ayuda a respaldar los niveles mínimos de calidad de servicio en la ayuda de los servicios básicos como el servicio universal. Básicamente los estándares de calidad son las normas técnicas que sirven como modelo, patrón o utilizando parámetros de evaluación de calidad. Debemos de emplear varias formas para los estándares como: estrategias, recursos, estructura. Es decir son los niveles mínimos y máximos aceptables de calidad que debe tener los resultados de una acción, una actividad, un programa, o un servicio, en busca de la excelencia dentro de una organización institucional. Existen varios tipos de estándares de calidad según (Escobar. 2016): Calidad de los insumos y el producto; Calidad del proceso; Calidad del servicio.

Maslow (1954) lo define el nivel seguridad como la teoría psicológica acerca de la motivación y sus necesidades del ser humano; es por ello que nos lleva actuar tal y como lo hacemos. Es así que proponía una teoría según en la cual existe una jerarquía de las necesidades humanas, y la

cual los seres humanos desarrollamos necesidades y deseos elevados. Está jerarquía está compuesta por cinco niveles Las cuales son: el nivel de seguridad: en este punto Maslow entre sus necesidades que el consideran también están las obligaciones de seguridad la cual son dispensables para vivir.

Nivel de reconocimiento, tras cubrir las anteriores necesidades de la pirámide de Maslow, surgen una nueva necesidad que es la necesidad del estudio mediante a la autoestima, que es el estudio hacia la propia persona, mediante el logro particular y el respeto hacia los demás, para poder satisfacer esas necesidades, la persona se debe sentir segura de sí misma y pensar que es muy importante dentro de la organización y la sociedad, es así que si no se llega a satisfacer las personas se menosprecian y sienten que no tienen valor.(Maslow, 1954).

A continuación vemos las expectativas de los clientes que esperan de la empresa: primero el cliente se basa por la mejor calidad del producto o del servicio, también, al bajo costo que debe ir de la mano de un buen servicio y entregado a tiempo. Es así que la empresa debe ser tolerante para así poder atender las necesidades del cliente. La perspectiva es que debemos comprenderlas, medirlas y administrarlas debido a que los consumidores sostienen diferentes métodos de expectativas de servicio esperado: Para lo cual se conoce dos niveles de expectativas en el primer nivel de expectativa se encuentra el servicio deseado viene hacer el nivel de servicio que el cliente desea recibir. Es decir es una combinación entre "lo que puede ser" vs lo que "debe ser". En el segundo nivel de expectativa se encuentra el servicio adecuado que es el acceso del servicio aceptable, en una zona de tolerancia que quiere decir, que representa la expectativa mínimo tolerable.

Herrera (2004) define al nivel de tecnología como un conjunto de instrumentos, herramientas, elementos, conocimientos técnicos y habilidades que se utilizan para satisfacer las necesidades de la comunidad y para aumentar su dominio en el medio ambiente.

Hernández (2016) afirma que la velocidad de respuesta en la actualidad, el perfil del cliente es extremadamente sensible al tiempo, debes aprender a disminuir dramáticamente el tiempo de respuesta a tus prospectos, la velocidad determina el poder de tu empresa, hay un sin número de ventajas al aumentar la velocidad de respuesta, una de las principales es que eliminas casi por completo a la competencia, la razón de esto es simple, no hay tiempo de evaluar otras propuestas porque para cuando lleguen ya habrán hecho el trato contigo así de sencillo puedes incrementar tus ventas.

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Pregunta general

¿Cómo se desarrollan los procesos de distribución y cómo afecta a los clientes de la empresa Courier Jaén SRL año 2017?

1.4.2. Preguntas específicas

- 1) ¿Cómo es el proceso de distribución actual en la empresa Courier Jaén SRL año 2017?
- 2) ¿Cuál es el grado de satisfacción de los clientes de la empresa Courier Jaén SRL año 2017?

1.5. Justificación del estudio

La investigación se justifica de manera práctica ya que busca determinar de qué manera se puede mejorar los procesos de distribución en la empresa Courier Jaén SRL, la cual se debe implementar herramientas, con el fin de mejorar la productividad, tiempos de procesos, estandarizar actividades, tiempo de espera, transportes innecesarios, exceso de procesado, movimientos innecesarios y defectos para de alguna forma dar solución a todos estos problemas que la empresa está atravesando. Si la situación continúa ocasionaría desventajas, debido a que sería un gran obstáculo para adaptarse hoy en día en un mercado muy competitivo, muchas de las personas se resisten al cambio laboral por la falta de

motivación y como consecuencia no contribuiría a que la empresa salga de todos estos problemas que está atravesando.

Asimismo tiene una justificación económica dado que podrá ser generadora de mayores ingresos-financieros para la empresa si es que se logra elevar el nivel de satisfacción de los clientes. Porque si la empresa llega a satisfacerlo mejor con mi propuesta tendrá más clientes y se obtendrán más ingresos.

1.6. Objetivo

1.6.1. Objetivo general

Elaborar una propuesta de mejora del proceso de distribución para la satisfacción de los clientes de la empresa Courier Jaén SRL.

1.6.2. Objetivos específicos

- 1) Analizar el proceso de distribución actual en la empresa Courier Jaén SRL año 2017.

- 2) Identificar el grado de satisfacción de los clientes de la empresa Courier Jaén SRL año 2017.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

La investigación realizada es de tipo no experimental bajo la característica de nivel descriptivo. Como se ha explicado, este trabajo consiste inicialmente en observar y analizar la ejecución de las labores dentro de la empresa. Se trata de una investigación descriptiva ya que permite a analizar una propuesta de mejorar los procesos de distribución, logrando satisfacer a los clientes y dar mayores reconocimientos a la empresa para tener un mejor posicionamiento en la región, como lo afirma en su tesis Ríos, 2014 que no podemos seguir basándonos en aspectos que día a día venimos realizando.

Finalmente se trata de una investigación con un enfoque mixto ya que se combinará instrumentos tanto cualitativos como cuantitativos para la recolección de información. El tipo de investigación, es de acuerdo al fin, es decir es una investigación aplicada, porque sus resultados son utilizados inmediatamente en la solución de problemas de la realidad; de acuerdo a la técnica de contrastación es una investigación descriptiva, porque se usan cuando existe una o varias relaciones entre conceptos o variables; y de acuerdo al régimen de investigación, se trata de una investigación libre, porque es elegida por la voluntad del investigador (Vara, 2010).

2.2. Variables, Operacionalización

2.2.1. Proceso de distribución.

La distribución es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean. (Thompson, 2014).

2.2.2. Satisfacción de los clientes

El nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. (Kotler, P., 1998)

2.2.3. Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
Procesos de distribución	La distribución lo define como un instrumento de la mercadotecnia que incluye a un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para así poder llevar los productos desde el punto de fabricación hacia el punto de venta donde esté disponible para el cliente final a través de cantidades precisas, en las condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean. (Thompson 2014)	Se efectuará la evaluación de: ciclo en el tiempo de transporte, confiabilidad en el transporte, productividad del volumen de transporte y costos de transporte, para lo cual se empleará un cuestionario, una entrevista y una guía de observación.	Ciclo en el tiempo de transporte	Nominal
			Confiabilidad en el transporte	Nominal
			Productividad del volumen de transporte	Nominal
			Costos de transporte	Nominal

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
Satisfacción de los clientes	“El nivel del estado de animo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”. (Kotler, P., 1998)	Se llevará a cabo la medición de cumplimiento de estándares de calidad, nivel de reconocimiento, expectativas de servicio, nivel de tecnología, nivel de seguridad y velocidad de respuesta para lo cual se aplicarán un cuestionario y guía de observación	Cumplimiento de estándares de calidad	Ordinal
			Nivel de reconocimiento	Ordinal
			Expectativas de servicio	Ordinal
			Nivel de tecnología	Ordinal
			Nivel de seguridad	Ordinal
			Velocidad de respuesta	Ordinal

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

La unidad de análisis permite identificar quien va hacer medido y quienes nos proporcionarán la información precisa para así poder resolver las incógnitas presentadas en la investigación. Las unidades de análisis de la investigación están constituidas por las 92 instituciones públicas y privadas, gerente, subgerente, y trabajadores de la empresa Courier Jaén SRL.

2.3.2. Muestra

La muestra de la investigación está determinada por tres grupos para abarcar la aplicación y análisis de ambas variables de la investigación presentada:

1. El primer grupo está conformado por todas las empresa públicas y privadas que trabajan con la empresa Courier Jaén SRL donde se aplicará un censo de 92 empresas, tratándose de una población no mayor a 100 empresas cuyo número es manejable por el investigador.
2. El segundo Grupo está conformado por el gerente y subgerente de la empresa Courier Jaén SRL.
3. El tercer grupo está conformado por el personal que labora en la empresa Courier Jaén SRL

2.3.3. Criterios de selección

1. Los criterios de inclusión que se considera para la primera muestra son: Aquellas empresas que trabajan con la empresa Courier Jaén SRL.
2. Los criterios de inclusión que se considera para la segunda muestra son el gerente y subgerente de la empresa Courier Jaén SRL.

3. Los criterios de inclusión que se considera que la tercera muestra es todo el personal que labora en la empresa Courier Jaén SRL.

Los criterios de exclusión serán: Aquella empresa que tenga problemas legales con la empresa Courier Jaén SRL.

2.4. Técnicas, instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.4.1. Técnicas

Encuesta: En la presente investigación se utilizará esta técnica en una serie de preguntas, que se aplicará a todos los clientes de la empresa Courier Jaén SRL, a fin de obtener los datos estadísticos sobre opiniones, hechos u otras cuestiones de estudio.

Entrevista: En la presente investigación se utilizará esta técnica y se aplicará al gerente, al subgerente y a todo el personal seleccionadas por el investigador que trabajan con Courier Jaén SRL.

2.4.2. Instrumentos

Cuestionario: Es un instrumento cuantitativo que se usa para medir o registrar diversas situaciones y contextos. En la presente investigación se utilizó esta técnica con una serie de preguntas estructuradas, que se aplicó a la población de estudio (muestra) a fin de obtener los datos estadísticos sobre opiniones, hechos u otras cuestiones de estudio.

Guía de entrevista estructurada: Es un instrumento importante de la entrevista, que sirvió de ayuda de memoria para el investigador, conteniendo preguntas específicas, sobre las cuales se espera obtener respuestas adecuadas.

2.4.3. Validez

Para determinar la validez del instrumento, tres expertos revisaron el contenido:

- El instrumento presentaba congruencia, es decir si existe una relación lógica con los diferentes ítems, que deben estar relacionados con respecto a las dimensiones y variables de estudio de la presente investigación.
- El instrumento es pertinente al tipo y a la naturaleza de la investigación.
- El instrumento facilita la demostración de las hipótesis que se establecen en la investigación.

2.4.4. Confiabilidad

La confiabilidad nos permitió conocer el grado en que el instrumento utilizado generó resultados consistentes y coherentes a la realidad de Estudio; se aplicó el Alpha de Cronbach para los cuestionarios dirigidos todos los usuarios que las que labora en la empresa Courier Jaén SRL, para lo cual se realizó una prueba piloto al 10% de la muestra estudiada, arrojando 91% demostrando que este instrumento son confiables.

2.5. Métodos de análisis de datos

EL análisis de datos estadísticos de los resultados y procesamiento de los datos recopilados se llevó a cabo a través de los diferentes estadísticos SPSS versión 22.0 y el programa Excel 2013 para Windows.

Para el análisis de datos de los resultados recopilados por la entrevista (instrumento cualitativo) aplicada al gerente, subgerente y al personal que labora en la Courier Jaén SRL se llevó a cabo un análisis de interpretación, tratándose de datos cualitativos con el objetivo de valorar la significación de los resultados resolviendo las incógnitas de la investigación.

2.6. Aspectos éticos

En la presente investigación, se consideraron los siguientes principios éticos en la aplicación de instrumentos, análisis y otros (teorías relacionadas, antecedentes, marco conceptual).

- El respeto por la propiedad intelectual, ya que la información que ha sido considerada para fundamentar la realidad problemática, antecedentes, teorías relacionadas y marco conceptual, han sido citadas de acuerdo a las normas APA.
- El respeto a la privacidad y el anonimato de los individuos que participan en el estudio.
- Autenticidad y honestidad ya que no se manipulara los datos obtenidos de la investigación, sino que se interpretara según la realidad de manera objetiva
- Responsabilidad en el manejo de la información recolectada tratándose de empresas privadas del sector pesquero artesanal.

III. RESULTADOS

Para poder establecer el proceso de distribución y el grado de satisfacción de los clientes de la empresa Courier Jaén, se aplicaron tres instrumentos: cuestionario, guía de entrevista dirigido al gerente de la empresa, y la guía de entrevista a los trabajadores. El cuestionario está orientado a identificar aspectos, comportamientos y/o actitudes de los clientes acerca del servicio Courier que le brinda la empresa Courier Jaén SRL, con preguntas en escala de Likert y de criterio personal cada uno con diferentes alternativas dependiendo del tipo de pregunta. La guía de entrevista esta exclusivamente direccionada al gerente de la empresa Courier Jaén SRL, para conocer sus puntos de vista sobre el desarrollo de las actividades que se vienen realizando a diario y en algunos problemas que pasan a diario y como los soluciona. Por último la guía de entrevista dirigida a todos los trabajadores que laboran en la empresa Courier la cual ayudará a recopilar información valiosa en la presente investigación. Los resultados de la investigación, se presentan en este capítulo, teniendo en cuenta los objetivos de la investigación.

3.1 Proceso de distribución actual en la empresa Courier Jaén SRL año 2017.

Los resultados indican como es el proceso de distribución actual, es un medio muy importante en la empresa lo cual el personal que está a cargo no se encuentra capacitado por el mismo tiempo que tienen laborando en la empresa, la cual no les hacen conocedores de todo el procedimiento de la distribución que se realiza a diario, lo cual no favorece debido a que las encomiendas no son entregadas ni bien llegan de otras ciudades.

El proceso de distribución consiste en hacer llegar físicamente el producto o servicio la cuál debe ser exitosa, y estar a disposición del cliente en el momento y lugar indicado es así que analizaremos este objetivo mediante las opiniones del gerente y subgerente y de los trabajadores la cual se realizó a cada uno una entrevista. Asimismo tienen problemas en la demora de las encomiendas por motivo de las empresas

transportadoras que son las encargadas de transportar las encomiendas a su destino que por algunos percances ya sean por situaciones naturales o mecánicas hacen que se retrasen y no puedan llegar en el día indicado al cliente.

En estas situaciones al cliente se les informa el tiempo de demora en que va a llegar su correspondencia dependiendo la ciudad, indicándoles la fecha y hora, ya sea uno, dos o más días, la empresa les ofrece a sus clientes seguridad en cuanto a la entrega de su encomienda y para ello se les pide su número de celular, para de esa manera informarle del estado de su encomienda, en el caso de siniestro se presenta una denuncia policial y de ser el caso se indemniza diez veces el importe pagado por el cliente. Es decir el proceso de distribución que mantiene la empresa Courier Jaén SRL es buena debido a la forma como están organizados, y la capacidad que cuenta cada uno de sus colaboradores al momento de solucionar un problema, asimismo cuenta con una flota vehicular la cual les facilita realizar la entrega de la encomienda a cada uno de sus clientes.

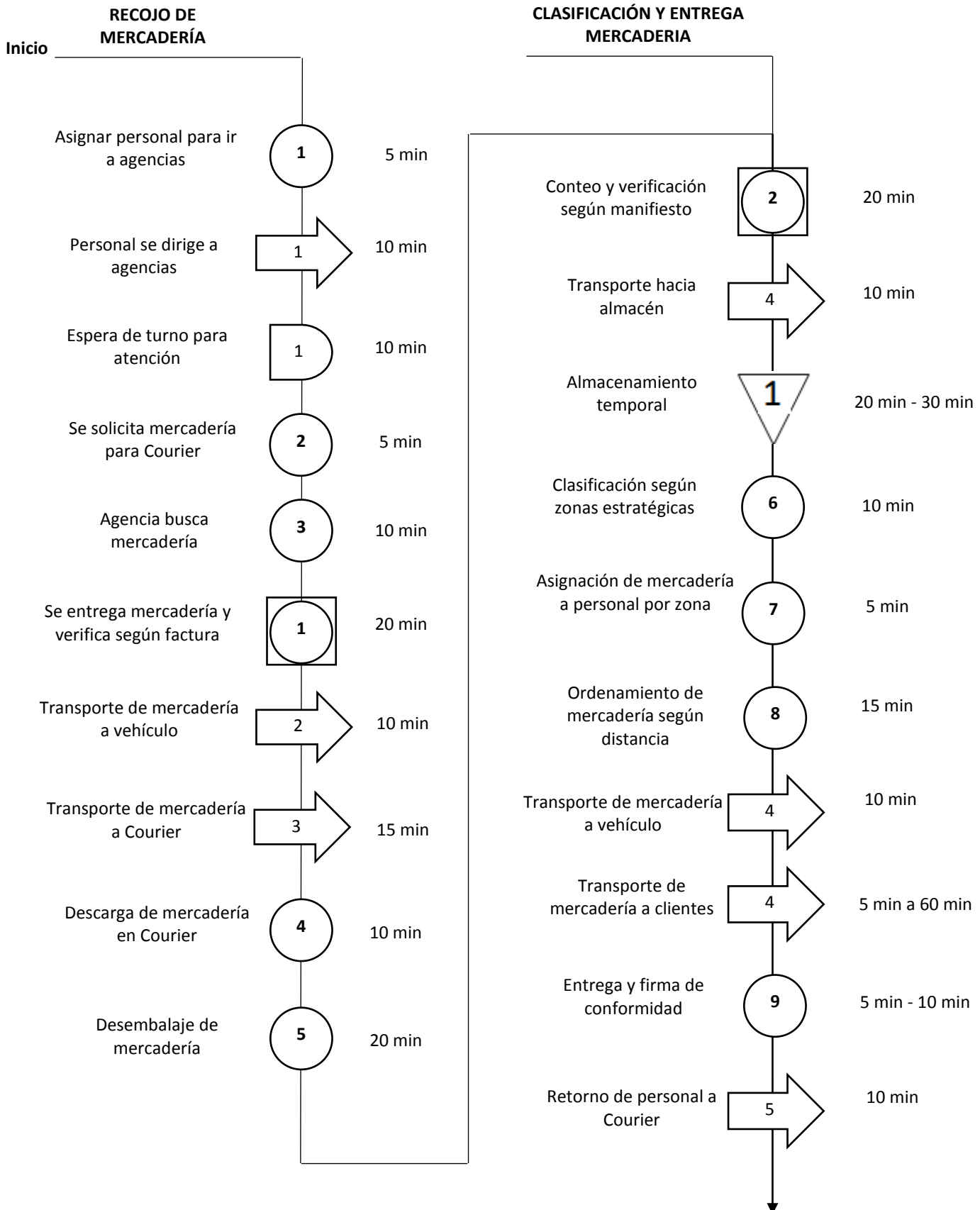
Beneficios que podría obtener la empresa Courier Jaén SRL año 2017 al mejorar los procesos de distribución. Los resultados obtenidos indican que los beneficios son buenos al mejorar los procesos de distribución por que se trabajaría de una forma más ordenada, económica y eficiente, para que de esta forma darle mejor seguridad y satisfacción al personal que realiza el trabajo. Beneficiará de la manera en que se disminuirá los cuellos de botella, en la congestión, la cual se da mayor énfasis a la mejora de plazos de entrega debido a la disminución de retrasos, la cual se mejoraría la supervisión y se llevaría control con mayor facilidad y flexibilidad a los cambios de condiciones o trabajo, y se aumentaría la satisfacción del personal.

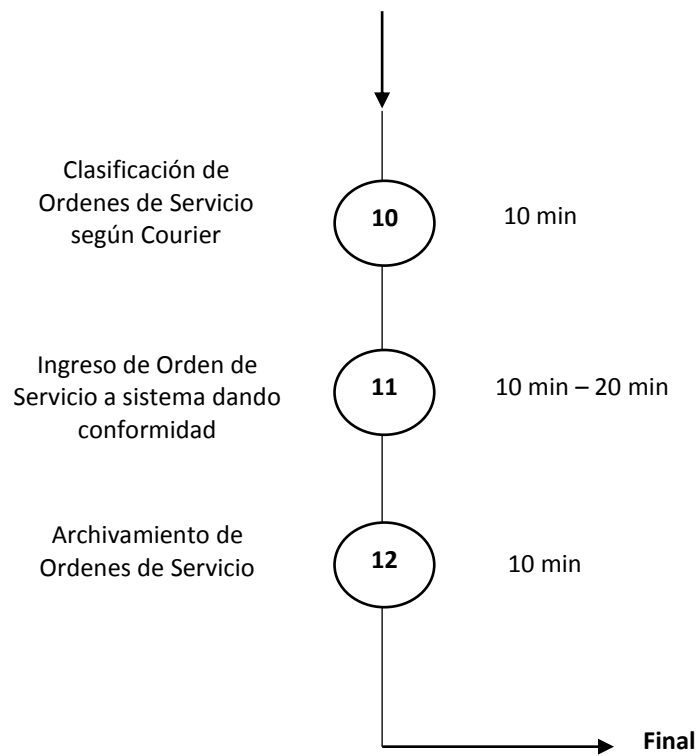
La empresa se ve obligada a mejorar su proceso de distribución con la finalidad de poder satisfacer a sus clientes y fidelizarlo, debido a que hoy en día la competencia es mayor debido a la globalización. Por tal motivo es muy importante mejorar los procesos de distribución, pues reduce costos operativos al ser más eficientes a la vez eliminar las actividades que no genera valor alguno en la distribución.

El gerente y subgerente explico que hace para que el cliente confíe en su servicio. Cuando el cliente llega a la empresa se le brindan una atención muy amable ofreciéndoles los servicios del courier informándoles en las condiciones que su encomienda va hacer enviada tomándose las medidas de seguridad para que así de esta manera llegue en un buen estado, como también dándoles a conocer el día y la hora que su encomienda va ser entregada hasta su domicilio.

El principal problema que tiene la empresa son los factores críticos que afecta en la empresa es el liderazgo porque desea conseguir que el personal debe involucrarse totalmente con la empresa para beneficio mutuo, la cual se debe lograr y captar más clientes. Para lograr todas estas afirmaciones se debe realizar charlas para que exista una comunicación dentro y fuera de la empresa, brindándoles incentivos así de esta manera dar un mayor beneficio a la empresa.

FLUJO DE PROCESO DE COURIER JAEN S.R.L.





Cómo afecta a los clientes el actual proceso de distribución de la empresa Courier Jaén SRL año 2017.

Los resultados obtenidos indican de qué manera afecta a los clientes el actual proceso de distribución. Afecta de la manera en que el personal encargado en este proceso de distribución no está calificado para poder brindar una buena información la cual es una de sus funciones importante de cada trabajador en explicar el servicio que ofrece la empresa como los tiempos y la forma que debe ser enviado su encomienda.

La empresa tiene diferente forma en determinar su nivel de servicio al cliente, en muchas ocasiones es determinada en las pautas que marca la competencia. Es decir, si brinda un servicio menor, lo que ocasionaría es perder a su clientela. Esto quiere decir, que si la empresa ofrece un nivel de servicio mayor, la competencia puede también mejorar su nivel de servicio, lo que favorecería en elevar los costos para la empresa.

Por otro lado el trato que se le brinda al personal no es la adecuada porque en algunas circunstancias el gerente actúa de mala forma sin saber el motivo, es decir de una forma autoritaria. Así también unas de las opciones que brinda la empresa a sus clientes son los números telefónicos de la empresa como también una orden de servicio con la cual el cliente puede acceder a la página web y saber el estado de su encomienda.

La estrategia que utiliza el gerente para incrementar el volumen de transporte es reduciendo los costos en comparación a la competencia.

3.2 Grado de satisfacción de los clientes de la empresa Courier Jaén SRL año 2017.

En este objetivo se demuestra los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a los clientes, la cual se tomó en cuenta los procesos por cada dimensión,

además se demostrará mediante las tablas estadísticas los resultados para medir el grado de satisfacción a nivel general.

NIVEL DE RECONOCIMIENTO EXPECTATIVA DEL SERVICIO.

Tabla 1 Nivel de satisfacción con el tiempo que lleva utilizando el servicio.

Opinión	N	%
Totalmente en desacuerdo	0	,00
En desacuerdo	1	1,09
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	16,30
De acuerdo	47	51,09
Totalmente de acuerdo	29	31,52
Total	92	100,00

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes.

Los resultados indican que el 51,09% de los clientes de la empresa Courier Jaén están de acuerdo con cuan satisfecho llevan utilizando el servicio de courier estadísticamente es alto y se puede decir que a medida que mejora los procesos de distribución mejora la satisfacción del cliente. Es así que algunos clientes manifestaron que la empresa ofrece un servicio confiable y responsable la cual la documentación que envían llega puntual a su destino, mientras el 1,09% manifestaron que están en desacuerdo con el servicio debido a que la empresa no hace llegar en el tiempo establecido sus encomiendas.

El estudio deja bien en claro que la satisfacción del cliente depende del tipo del servicio que les brindas a los clientes, dando a conocer el compromiso y la responsabilidad de parte de misma empresa para evitar futuros problemas con el mismo cliente.

Tabla 2 Frecuencia del uso del servicio.

Opinión	N	%
Todos los días	29	31,52
Una o más veces a la semana	47	51,09
Dos o tres veces al mes	15	16,30
Una vez al mes	1	1,09
Menos de una vez al mes	0	,00
Total	92	100,00

FUENTE: Cuestionario aplicado a todos los clientes.

Los resultados obtenidos indican con qué frecuencia utilizan los clientes el servicio de courier. El 51,09% utilizan el servicio una o más veces a la semana la cual esos clientes son frecuentes y conocen todo el proceso de distribución es así que apuesta por el servicio que les brinda la empresa Courier Jaén SRL, mientras que el 31,52% son los clientes que siempre acuden a la empresa a realizar sus envíos correspondientes y confían en la empresa ya sea por sus bajos costos o por la rapidez que les ofrece la empresa Courier Jaén SRL, en cambio el 1.09% son clientes que recién han comenzado a utilizar el servicio y lo utilizan por lo menos una vez al mes la cual estos clientes que no acuden muy seguido a la empresa y optan por otras courier donde el servicio es más baratos.

3

Tabla

Opinión	n	%
Totalmente en desacuerdo	0	,00
En desacuerdo	0	,00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	15,22
De acuerdo	46	50,00
Totalmente de acuerdo	32	34,78
Total	92	100,00

Reconocimiento por la mejora del servicio.

FUENTE: Cuestionario aplicado a todos los clientes.

Según tabla N° 03, del 100% de los resultados obtenidos. El 50% se encuentra de acuerdo con la empresa por el empeño que tienen en mejorar su trabajo, para que así de esta manera poder ofrecer un servicio de calidad es por ellos que los clientes frecuentes conocen todo el procedimiento que se realiza para llevar a cabo esa labor, y el 15,22% de los clientes manifestaron que están ni de acuerdo ni en desacuerdo por ver si la empresa se esfuerza por mejorar su trabajo.

CUMPLIMIENTO DE ESTÁNDARES DE CALIDAD.

Tabla 4 Grado de satisfacción general con el servicio.

Opinión	n	%
Totalmente en desacuerdo	0	,00
En desacuerdo	2	2,17
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	13,04
De acuerdo	50	54,35
Totalmente de acuerdo	28	30,43
Total	92	100,00

FUENTE: Cuestionario aplicado a todos los clientes.

Según tabla N° 04, del 100% de los resultados obtenidos. El 54,35% se encuentran de acuerdo con respecto al grado de satisfacción por el servicio de courier brindado a todos sus clientes la cual significa un dato muy relevante y positivo para la empresa, con este resultado incentivo ayuda a mejorar así poder brindar un servicio de calidad. Porque la propuesta es para mejorar el proceso de distribución la cual se debe llegar al 100%, brindándole un buen servicio confiable y garantizado y poder diferenciarnos de las demás empresas, cubriendo todas las necesidades de nuestros clientes, mientras que el 2,17% están en desacuerdo.

Tabla 5 Ha recomendado el servicio.

Opinión	N	%
Si	92	100,00
No	0	0.00
Total	92	100,00

FUENTE: Cuestionario aplicado a todos los clientes.

Según tabla N° 05, del 100% de los resultados obtenidos. El 100% indica que si recomienda el servicio a otras personas ya sea a sus amigos, familiares o compañeros de trabajo la cual es un dato muy relevante para la empresa porque así

de esa manera la empresa se hace más conocida, mientras tanto el 0% indica que no recomienda el servicio.

Tabla 6 Atiende bien a las necesidades del cliente.

Opinión	n	%
Totalmente en desacuerdo	0	,00
En desacuerdo	0	,00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	6,52
De acuerdo	62	67,39
Totalmente de acuerdo	24	26,09
Total	92	100,00

FUENTE: Cuestionario aplicado a todos los clientes.

Según tabla N° 06, del 100% de los resultados obtenidos. El 67,39% indico que los clientes están de acuerdo con la empresa porque atienden bien a las necesidades de sus clientes debido a que la empresa más le preocupa la tranquilidad de sus clientes donde se les informa en qué estado se encuentra su encomienda enviada, mientras tanto el 6,52% se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo porque nos comunican que no atienden a las necesidades del cliente.

Tabla 7 Ha tenido problemas con el servicio.

Opinión	N	%
Si	0	,00
No	92	100,00
Total	92	100,00

FUENTE: Cuestionario aplicado a todos los clientes.

Según tabla N° 07, del 100% de los resultados obtenidos. El 100% manifestó que no ha tenido ningún problema a la hora de usar el servicio en la empresa Courier Jaén SRL debido a que le informaron de manera clara y comprensible es así que cualquier duda le solucionaban, mientras que el 0% si ha tenido problemas a la hora de utilizar el servicio de courier.

Tabla 8 Está de acuerdo que brinda un servicio de calidad.

Opinión	n	%
Totalmente en desacuerdo	0	,00
En desacuerdo	0	,00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	19,57
De acuerdo	46	50,00
Totalmente de acuerdo	28	30,43
Total	92	100,00

FUENTE: Cuestionario aplicado a todos los clientes.

Según tabla N° 08, del 100% de los resultados obtenidos. El 50% está de acuerdo que la empresa brinda un servicio de calidad la cual le diferencia de las demás courier que están en la ciudad de Jaén es por ello que los clientes prefieren nuestro servicio porque lo consideran de buena calidad, mientras tanto el 19,57% indicó que está ni de acuerdo ni en desacuerdo porque considera que el servicio no es de buena calidad la cual nos dificulta debido a que ese pequeño porcentaje opta por otra courier donde considera que es de buena calidad.

VELOCIDAD DE RESPUESTA.

Tabla 9 El personal está dispuesto ayudar a los usuarios.

Opinión	N	%
Totalmente en desacuerdo	0	,00
En desacuerdo	0	,00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	8,70
De acuerdo	57	61,96
Totalmente de acuerdo	27	29,35
Total	92	100,00

FUENTE: Cuestionario aplicado a todos los clientes.

Según tabla N° 09, del 100% de los resultados obtenidos. El 61.96% de los clientes de la empresa Courier están de acuerdo de que el personal se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios debido a que contamos con personal capacitados es por ello que cualquier interrogante por cualquiera de nuestros clientes se le dará la solución de una manera amable y comprensible, mientras que el 8,705 están ni de acuerdo ni en desacuerdo esos son los clientes que llegan de vez en cuando y desean que se lo atiendan muy rápido no respetando el turno.

Tabla 10 El trato del personal es de buena calidad.

Opinión	n	%
Totalmente en desacuerdo	0	,00
En desacuerdo	0	,00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	13,04
De acuerdo	58	63,04
Totalmente de acuerdo	22	23,91
Total	92	100,00

FUENTE: Cuestionario aplicado a todos los clientes.

Según tabla N° 10, del 100% de los resultados obtenidos. El 63,04% de los clientes de la empresa Courier Jaén SRL están de acuerdo que el trato del personal con los usuarios es de buena calidad, como mencione anteriormente el personal se encuentra capacitado en atención al cliente, la cual le brindarán una atención de buena calidad, mientras el 13,04% están ni de acuerdo ni en desacuerdo porque considera que el trato del personal con los usuarios no es de buena calidad la cual eso a nosotros como empresa nos perjudicaría.

NIVEL DE SEGURIDAD

Tabla 11 Encuentro las mejores soluciones.

Opinión	n	%
Totalmente en desacuerdo	0	,00
En desacuerdo	1	1,09
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	19,57
De acuerdo	48	52,17
Totalmente de acuerdo	25	27,17
Total	92	100,00

FUENTE: Cuestionario aplicado a todos los clientes.

Según tabla N° 11, del 100% de los resultados obtenidos. El 52,17% de los clientes de la empresa Courier están de acuerdo porque cuando acuden al servicio de la empresa, encuentran las mejores soluciones, es por ello que la gran parte de nuestros clientes optan por nuestro servicio por el buen trato que se les brinda desde la hora que ingresan a la empresa y le brindaremos las mejores soluciones con

respecto a cualquier interrogante que pueda tener nuestro cliente, mientras el 1,09% están en desacuerdo porque consideran que no le dan solución a su problema.

Tabla 12 El personal da una imagen de honestidad y confianza.

Opinión	n	%
Totalmente en desacuerdo	0	,00
En desacuerdo	0	,00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	4,35
De acuerdo	51	55,43
Totalmente de acuerdo	37	40,22
Total	92	100,00

FUENTE: Cuestionario aplicado a todos los clientes.

Según tabla N° 12, del 100% de los resultados obtenidos. El 55,43% de los clientes de la empresa Courier Jaén SRL están de acuerdo porque el personal de la empresa da una imagen de honestidad y confianza para que de esta manera el cliente pueda confiar en nuestro servicio que le brindamos y se sienta seguro que está en una empresa seria y confiable, mientras el 4,35% están ni de acuerdo ni en desacuerdo porque consideran que el personal no brinda la honestidad y confianza que ellos requieren.

Tabla 13 Se informa adecuadamente sobre el recorrido de su encomienda.

Opinión	N	%
Si	92	100,00
No	0	00,00
Total	92	100,00

FUENTE: Cuestionario aplicado a todos los clientes.

Según tabla N° 13, del 100% de los resultados obtenidos. El 100% de los clientes de la empresa courier respondieron que la empresa si informa

adecuadamente sobre el recorrido de su encomienda debido que se maneja un sistema y facilita a brindar la información precisa a nuestros clientes.

Tabla 14 Recoge de forma adecuada las quejas y sugerencias de los usuarios.

Opinión	n	%
Totalmente en desacuerdo	0	,00
En desacuerdo	2	2,17
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	9,78
De acuerdo	58	63,04
Totalmente de acuerdo	23	25,00
Total	92	100,00

FUENTE: Cuestionario aplicado a todos los clientes.

Según tabla N° 14, del 100% de los resultados obtenidos. El 63,04% de los clientes de la empresa courier están de acuerdo porque la empresa recoge de forma adecuada las quejas y sugerencias de los usuarios es una forma de poner analizar y darnos cuenta en que puntos de nuestro servicio estamos mal, la empresa considera que todas estas quejas o sugerencia de forma constructiva la cual ayudara de mucho y así poder salir adelante.

NIVEL DE TECNOLOGÍA.

Tabla 15 Utiliza equipos informáticos.

Opinión	n	%
Si	92	100,00
No	0	0,00
Total	92	100,00

FUENTE: Cuestionario aplicado a todos los clientes.

Según tabla N° 15, del 100% de los resultados obtenidos los clientes de la empresa courier respondieron que la empresa si utiliza equipos informáticos lo cual facilita la labor como también poder estar totalmente comunicados para cuando llamen por nuestros clientes poder ir a recoger su encomienda desde la puerta de su domicilio.

Tabla 16 Utiliza medios de transporte.

Opinión	N	%
Si	92	100,00
NO	0	0,00
Total	92	100,00

FUENTE: Cuestionario aplicado a todos los clientes.

Según tabla N° 16, del 100% de los resultados obtenidos. El 100% de los clientes de la empresa courier respondieron que la empresa si utiliza medios de transporte. La empresa cuenta con medios de transporte para poder facilitar el trabajo de sus colaboradores y poder entregar lo más pronto posible sus encomiendas a cada uno de nuestros clientes.

Tabla 17 Disponibilidad de los medios de comunicación y unidades de transporte.

Opinión	n	AGREGAR MEDIA%
Totalmente en desacuerdo	0	,00
En desacuerdo	0	,00
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	7,61
De acuerdo	57	61,96
Totalmente de acuerdo	28	30,43
Total	92	100,00

FUENTE: Cuestionario aplicado a todos los clientes.

Según tabla N° 17, del 100% de los resultados obtenidos. El 61,96% de los clientes de la empresa courier están de acuerdo de que la empresa dispone de los medios adecuados de comunicación y unidades de transporte para facilitar su labor, mientras el 7,61% están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

IV. DISCUSIÓN Y PROPUESTA

4.1. Discusión

Respecto al primer objetivo estratégico relacionado al proceso de distribución actual en la empresa Courier Jaén SRL año 2017, Thompson (2014) define la distribución como un instrumento de la mercadotecnia que incluye a un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para así llevar los productos desde el punto de fabricación hacia el punto de venta donde esté disponible para el cliente final a través de cantidades precisas, en las condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean.

Los resultados de la investigación realizada en Courier Jaén S.R.L. indican que la distribución es un medio muy importante en la empresa lo cual el personal que está a cargo se encuentra capacitado por el mismo tiempo que tienen laborando en la empresa, la cual le hacen conocedores de todo el procedimiento de la distribución que

se realiza a diario, lo cual favorece debido a que las encomiendas son entregadas ni bien llegan de otras ciudades.

Por su parte Báez (2012) concluye en su investigación que el estudiar la situación del correo híbrido permitió conocer los procesos que utiliza la empresa de courier para el manejo de este servicio, adicionalmente se pudo conocer los procedimientos y actividades que se utilizan para el funcionamiento del mismo.

El proceso de distribución consiste en hacer llegar físicamente el producto o servicio y estar a disposición del cliente en el momento y lugar indicado es así que analizaremos este objetivo mediante las opiniones del gerente y subgerente y de los trabajadores. En la investigación realizada se pudo evidenciar que la empresa Courier Jaén S.R.L tienen problemas en la demora de las encomiendas debido a que las empresas transportadoras de las encomiendas sufren percances ya sea por

situaciones naturales o mecánicas y eso origina retrasos, en otros casos se presentan deterioros de las encomiendas, por otro lado también existen problemas debido a que el consignado cambia de dirección y no informa al remitente ni mucho menos a la empresa es así que en varias oportunidades el personal encargado de la entrega se dirige a dicha dirección encontrando cerrado el domicilio, eso genera costos y pérdida de tiempo.

Johnston (1997) hace referencia a la calidad de los intangibles, que sería la forma en que se ofrece el servicio y el trato que se le da al cliente. Pérez (2004) presenta entre sus principales conclusiones la condición actual sobre el establecimiento de distribución, los sectores comerciales, de operaciones y logísticas y sus incidencias dentro de la dirección logística del establecimiento de distribución de Hewlett Packard Colombia, donde lograron identificar las apariencias más relevantes de esta dirección.

En el caso de la investigación realizada en Courier Jaén S.R.L. los resultados obtenidos indican que los beneficios son buenos al mejorar los procesos de distribución

por que se trabajaría de una forma más ordenada, económica y eficiente, para de esta forma darle mejor seguridad y satisfacción al personal que realiza el trabajo. De esta manera se disminuirán los cuellos de botella, mejorando los plazos de entrega debido a la disminución de retrasos, la cual se mejoraría la supervisión y se llevaría control con mayor facilidad y flexibilidad a los cambios de condiciones o trabajo, y se aumentaría la satisfacción del personal. El principal problema que tiene la empresa son los factores críticos como el liderazgo.

Chiavenato (2009) menciona que cada gerente se responsabiliza por la satisfacción de sus clientes es así que debe capacitar cada vez más a las personas, y cada persona se compromete por incrementar el valor de los bienes y servicios para el cliente. Lo que se desea es incrementar el bienestar de los accionistas, elevando la satisfacción de sus clientes como el importe del patrimonio humano. Por su parte Malho (2013) concluye en su investigación que es necesario proponer mejoras para poder realizar el seguimiento de las diferentes actividades que se hacen durante los procesos operativos de distribución en la zona metropolitana de Caracas, los cuales se realizan con el fin de reducir la frecuencia de errores que generan demoras al proceso como tal para así poder eliminar o reducir el tiempo de solución de novedades.

Los resultados obtenidos en la investigación realizada en Courier Jaén S.R.L indican que el actual proceso de distribución afecta a los clientes, toda vez que el personal encargado en este proceso de distribución no está calificado para poder brindar una buena información la cual es una de sus funciones principales. La empresa tiene diferentes formas de determinar su nivel de servicio al cliente, en muchas ocasiones es determinada en las pautas que marca la competencia. Es decir, si brinda un servicio menor, lo que ocasionaría es perder a su clientela. Esto quiere decir, que si la empresa ofrece un nivel de servicio mayor, la competencia puede también mejorar su nivel de servicio, lo que favorecería en elevar los costos para la empresa.

Por otro lado el trato que se le brinda al personal no es el adecuado porque en algunas circunstancias el gerente actúa de mala forma sin saber el motivo, es decir de

una forma autoritaria. La estrategia que utiliza el gerente para incrementar el volumen de transporte es reduciendo los costos en comparación a la competencia ofreciéndoles el mismo servicio, los trabajadores manifiestan que se debe realizar publicidad a empresas públicas y privadas ofreciendo el servicio a bajos costos.

En lo que respecta al segundo objetivo específico relacionado a la identificación del **grado de satisfacción de los clientes de la empresa Courier Jaén SRL año 2017, Maslow indica que un serie de necesidades en su famosa pirámide que incluye** a la autoestima, que es el estudio hacia la propia persona, mediante el logro particular y el respeto hacia los demás, para poder satisfacer esas necesidades, la persona se debe sentir segura de sí misma y pensar que es muy importante dentro de la organización y la sociedad. En el caso de la investigación realizada en Courier Jaén S.R.L. los resultados indican que el 51,09% de los clientes de la empresa están de acuerdo con cuan satisfechos llevan utilizando el servicio y se puede decir que a medida que mejoran los procesos de distribución mejora la satisfacción del cliente. Es así que algunos clientes manifestaron que la empresa ofrece un servicio confiable y responsable la cual la documentación que envían llega puntual a su destino

Ríos (2014) menciona entre sus principales conclusiones que la gran parte de las empresas de Courier en Lima Metropolitana no logran en reducir los tiempos de entrega por cada encomienda dirigida a los diferentes puntos del país, es por ello que la cadena de valor se vea atascada y da como resultado la disminución de la productividad. Asimismo, se llegó a la conclusión que la gran parte de empresas de Courier en Lima Metropolitana, no mejoran su productividad, es por ello que no realizan una buena investigación ni mucho menos identifican las causas que vienen afectando, trayendo como consecuencia deficiencias en la toma de decisiones.

En el caso de la empresa Courier Jaén S.R.L. el 54,35% se encuentran de acuerdo con respecto al grado de satisfacción por el servicio de courier brindado a todos sus clientes la cual significa un dato muy relevante y positivo para la empresa, con este resultado incentivo ayuda a mejorar así poder brindar un servicio de calidad,

mientras que el 2,17% están en desacuerdo. De otra parte el 67,39% indicó que los clientes están de acuerdo con la empresa porque atienden bien a las necesidades.

Hernández (2016) afirma que la velocidad de respuesta en la actualidad, el perfil del cliente es extremadamente sensible al tiempo, debes aprender a disminuir dramáticamente el tiempo de respuesta a tus prospectos, la velocidad determina el poder de tu empresa, hay un sin número de ventajas al aumentar la velocidad de respuesta, una de las principales es que eliminas casi por completo a la competencia, la razón de esto es simple, no hay tiempo de evaluar otras propuestas porque para cuando lleguen ya habrán hecho el trato contigo así de sencillo puedes incrementar tus ventas. En la investigación realizada en Courier Jaén S.R.L. los resultados obtenidos demuestran que el 61.96% de los clientes de la empresa Courier están de acuerdo de que el personal se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios debido a que cuenta con personal capacitado.

Herrera (2004) define al nivel de tecnología como un conjunto de instrumentos, herramientas, elementos, conocimientos técnicos y habilidades que se utilizan para satisfacer las necesidades de la comunidad y para aumentar su dominio en el medio ambiente. Por su parte Muñoz (2004) menciona como principal conclusión en su investigación que ha quedado establecido que la distribución en planta es la integración de toda la máquina, materiales, recursos humanos e instalaciones de empresa, en una gran unidad operativa; que labora de la mano con efectividad, así disminuyendo los costos de producción y maximizando la productividad. En este contexto, la investigación realizada en Courier Jaén S.R.L. demostró que los clientes perciben que la empresa emplea equipos informáticos y de transporte necesario para brindar el servicio, la empresa cuenta con medios de transporte para poder facilitar el trabajo de sus colaboradores y poder entregar lo más pronto posible sus encomiendas a cada uno de nuestros clientes.

Como consecuencia de la investigación llevada a cabo en la empresa Courier Jaén S.R.L. se evidenciaron las características del servicio ofrecido a los clientes por lo

que la hipótesis general: los procesos de distribución de la empresa Courier Jaén SRL año 2017 son deficientes y afectan significativamente a los clientes.

4.2 Propuesta

PROPUESTA DE MEJORA DEL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN PARA LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA COURIER JAÉN SRL EN LA CIUDAD DE JAÉN

4.2.1. Introducción

Los procesos de distribución representan un factor importante dentro del crecimiento de la empresa que repercute directamente en la satisfacción de los clientes, debido a que se consolida como un medio de subsistencia dentro de la misma empresa. Con el transcurso del tiempo, la distribución ha ido implementado forma de trabajo que garanticen mayor la satisfacción de los clientes y generen mayores ingresos. Junto a estos métodos y al desarrollo de la demás empresas, la sostenibilidad de la empresa se ha visto afectada, respetando hoy en día, uno de los principales problemas que aquejan a la empresa.

Estos factores se pusieron al descubierto a través de la aplicación de instrumentos como es la entrevista realizada al gerente, subgerente colaboradores de la empresa asimismo se realizó el cuestionario que fue dirigido a todos los trabajadores de la empresa, los cuales reflejan que existe un descontento de los clientes se mantengan fidelizados y la motivación y capacitación a los colaboradores que impiden el logro de un crecimiento equitativo por parte de la misma empresa.

4.2.2. Objetivos de la propuesta.

Objetivo general:

Elaborar una propuesta de mejora de los procesos de distribución en la empresa Courier Jaén SRL.

Objetivos específicos.

1. Identificar factores internos y externos de la empresa, que permita construir estrategias para fidelizarlos.
2. Lograr la captación de nuevos clientes.
3. Conseguir la satisfacción plena de los clientes.
4. Mejorar la relación entre los colaboradores y la empresa.

4.2.3. Justificación

El fin primordial en elaborar una propuesta de mejora en los procesos de distribución es promover la satisfacción de los clientes de la empresa Courier Jaén SRL, que permita mejorar la situación en los procesos como una mayor organización, planificación y control, capacitando a todos los colaboradores para poder regular el accionar de la empresa, preocupándose por el bienestar de sus clientes y transformarlos en embajadores de la empresa y por intermedio de ellos llegar a nuevos clientes potenciales con las mismas características, este es el target al que se debe apuntar. La propuesta se elaboró, según los resultados obtenidos mediante la aplicación de ambos instrumentos a las poblaciones en estudio. Se determinó que generar una propuesta de mejora en los procesos de distribución será de gran ayuda para

tomarlas como referencia y así poder dar satisfacción al cliente para la perdurabilidad de la empresa en el mercado de Jaén.

4.2.4. ANALISIS FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
F. INTERNOS	F1. Flota vehicular propia. F2. La empresa tiene experiencia en el rubro. F3. Existe una predisposición a planificar el trabajo en la empresa	D1. Limitado número de unidades vehiculares*. D2. Falta de publicidad. D3. La atención del personal genera quejas en algunos clientes**.
F. EXTERNOS		
OPORTUNIDADES		
O1. Avance tecnológico O2. Mercado en crecimiento. O3. Alianzas estratégicas. O4. Posibilidad de expandirse en el mercado local.	FO. Mejorar la imagen empresarial. (F4,F5,O1,O5) FO. Establecer alianzas estratégicas con las empresas. (F2,O2,O3)	DO. Realizar estrategias de publicidad. (D2,O1,O2)
AMENAZAS		
A1. Delincuencia A2. Introducción de nuevos competidores. A3. Cambios de preferencias en el cliente.	FA. Mejorar la gestión en los procesos de distribución. (F4,A2)	DA. Capacitar a nuestros colaboradores. (D4,D5, A3)

Fuente: Revisión de información y resultados de instrumentos aplicados a los clientes de Courier Jaén SRL.
 Elaboración propia.

*En la empresa Courier Jaén SRL se cuenta con 02 vehículos tipo carros modelos damas II, las cuales son empleados para el recojo de la mercadería (cajas y paquetes) en las agencias de transportes y el reparto a su punto final. También se cuenta con 02 vehículos tipo motos lineales modelo honda 125 que son utilizados para el reparto de sobres y paquetes medianos a su respectivo destinatario.

** Está información es obtenida como resultado de la aplicación de los instrumentos de investigación.

4.2.5. Análisis del entorno competitivo.

a. Rivalidad entre empresas establecidas:

La empresa Courier Jaén SRL actualmente cuenta con competencia directa. En la ciudad de Jaén existen varias empresas dedicadas al servicio de courier. Estas empresas ofrecen el servicio con bajos costos.

b. Amenaza de productos y/o servicios sustitutos.

El servicio sustituto, siempre resulta ser las agencias de transporte o el correo postal. Esta realidad se evidencia debido a estas empresas es un medio más accesible, tanto en ubicación como en precio. No obstante, estos medios presentan muchos inconvenientes, porque no ofrecen un servicio de entrega a domicilio.

c. Riesgo de entrada de nuevos competidores:

La empresa Courier Jaén SRL, se encuentra en el sector de Courier, que con el tiempo se ha ido convirtiendo en un negocio rentable e innovador. Con la llegada nuevas empresas existe una gran demanda de este servicio, por lo cual la entrada de nuevos competidores a este sector resulta muy atractivo y necesario. Es así que la empresa Courier Jaén SRL deberá estar preparada ante el surgimiento de alguna nueva empresa de courier.

d. Poder de negociación con los proveedores.

El poder de negociación de los proveedores es alto, porque la empresa siempre hace prevalecer las relaciones con sus proveedores, de manera que pueda obtener facilidades en la forma de pago, teniendo los siguientes proveedores a las empresas de agencia de transporte.

e. Poder de negociación de clientes.

El poder de negociación no existe, ya que la empresa fija sus tarifas de acuerdo a peso o bulto de la encomienda. En ciertas ocasiones la tarifa suele

considerarse alta, pero también dependen factores como la distancia a donde va hacer enviada la encomienda, puesto que si las encomiendas son bastantes grandes o si son enviadas al extranjero tienen una tarifa un poco más elevada.

4.2.6 Mercado meta.

El mercado meta está conformado por los clientes actuales y potenciales de la empresa Courier Jaén SRL de la ciudad de Jaén pertenecientes a las instituciones públicas, privadas y personas naturales.

4.2.7. Estrategias de marketing

4.2.7.1. Estrategias FO: Mejorar la imagen empresarial.

a) Descripción de la estrategia

Mediante esta estrategia se busca mejorar la imagen empresarial de Courier Jaén SRL, por medio de elementos que persuadan al cliente en volver a utilizar el servicio y en el caso de clientes nuevos, lograr que estos se convenzan en usarlo. Se pretende cambiar la imagen con la mejora del diseño del logo actual y con la creación de un eslogan.

b) Tácticas

- Buscar una agencia publicitaria o diseñador gráfico para que realice el diseño de la mejora del logotipo,
- Posicionar el eslogan de la empresa: **“Seguridad, Rapidez y garantía”**.
- Llegar a más clientes.
- Fidelizar clientes actuales.

c) Programa estratégico

- Contratar una agencia publicitaria o diseñador gráfico.

- Diseñar una mejora del logotipo.
- Crear un slogan para el servicio.
- Diseñar una hoja membretada.
- Diseñar una tarjeta de presentación.

d) Responsable

Gerente General de la empresa Courier Jaén SRL

e) Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	MARZO				ABRIL				MAYO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	Creación del logo											
Creación e impresión de hoja membretada												
Creación e impresión de tarjetas de presentación.												

f) Presupuesto

Descripción	COSTO
Creación de logo	S/. 300.00
Creación de hoja membretada	S/. 30.00
Creación e impresión de tarjetas de presentación	S/. 50.00
TOTAL	S/. 380.00

g) Viabilidad

Realizar la estrategia de mejorar la imagen empresarial es viable, debido a que los recursos financieros que se requieren, están disponibles para la organización. Además al implementar esta estrategia fomentará que la empresa adquiera mayor cantidad de clientes, asimismo permitirá que el nuevo logo y eslogan se posicionen en la mente de clientes actuales y potenciales. También es viable puesto los recursos físicos y humanos que se necesitan para llevarla a cabo, son accesibles de conseguir.

h) Mecanismo de control

Los indicadores que permitirán medir si la estrategia implementada está impactando en la empresa son los siguientes.

- Nivel de frecuencia de uso.
- Posicionamiento del logotipo y slogan de la empresa.
- Número de clientes satisfechos
- Número de nuevos clientes.

4.2.7.2. Estrategias FO: Establecer alianzas estratégicas con empresas

a) Descripción de la estrategia

Esta estrategia plantea establecer alianzas con empresas públicas y privadas. Básicamente se trataría de pactar con algunas empresas la recomendación del servicio courier a posibles clientes. Esto garantizaría el respaldo de Courier Jaén como una empresa segura y confiable.

b) Tácticas

- Mejorar la comunicación de la empresa Courier Jaén con empresas públicas y privadas, siendo reconocida como una empresa segura y confiable.
- Fomentar las buenas relaciones entre empresas.

c) Programa estratégico

- Seleccionar las posibles empresas con las que se realizaría las alianzas.
- Enviar una carta de presentación a las empresas.
- Esperar respuestas y pactar una reunión.
- Establecer comunicación personal con los gerentes de las empresas.

a) Responsable

Gerente General de la empresa Courier Jaén SRL.

b) Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	MARZO				ABRIL				MAYO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Impresión de hojas membretadas y tarjetas de presentación												
Selección de empresas												
Envío de cartas.												
Esperar respuesta.												
Reunión personal para el acuerdo.												

c) Presupuesto

Descripción	COSTO
Impresión de hoja membretada	S/. 50.00
Impresión de tarjeta de presentación	S/. 150.00
TOTAL	S/. 200.00

d) Viabilidad

Implementar la estrategia de establecer alianzas estratégicas con otras empresas es viable, puesto que los recursos financieros que se requieren, están disponibles para la organización. Además al implementar esta estrategia fomentará que la empresa adquiera mayor cantidad de clientes, asimismo que sea reconocida como una empresa confiable y segura. También es viable puesto los recursos físicos y humanos que se necesitan para llevarla a cabo, son accesibles de conseguir.

h) Mecanismo de control

Los indicadores que permitirán medir si la estrategia implementada está impactando en la empresa son los siguientes.

- Número de nuevos clientes.
- Nivel de frecuencia de uso.
- Posicionamiento de la marca y eslogan de la empresa.
- Clientes satisfechos.

4.2.7.3. Estrategias DO: Realizar estrategias de publicidad

a) Descripción de la estrategia

Actualmente la empresa sólo utiliza como medio de publicidad, la radio, a través de un spot en radio Stereo TV. Medio muy limitado ante tanta tecnología e innovación presente en nuestras vidas. Este spot radial tendría que ser actualizado con el nuevo eslogan del servicio que se ha propuesto. Es importante que se diversifique la difusión del servicio a través de otros medios, con el fin de lograr la recordación de la marca y seguir propiciando el posicionamiento.

b) Tácticas

Dar a conocer el servicio a través de otras formas de publicidad, tales como la valla publicitaria, página web, spot publicitario radial, Facebook y material POP.

c) Programa estratégico

- ✓ Grabar el nuevo spot radial.
- ✓ Pagar el servicio de emisión del spot en la radio Stereo Tv.
- ✓ Diseñar la valla publicitaria.
- ✓ Imprimir la valla publicitaria.
- ✓ Colocar la valla publicitaria.
- ✓ Diseñar una página web empresarial.
- ✓ Mandar a elaborar material POP: llaveros y stickers adhesivos.
- ✓ Contratar a una anfitriona para que haga entrega de material POP.

d) Responsable

Gerente General de la empresa Courier Jaén SRL.

e) Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Grabación del nuevo spot.																
Difusión de spot en la radio Stereo Tv.																
Diseño e impresión de la valla publicitaria.																
Colocar valla.																
Diseño de una página web																
Material POP.																
Entregar material POP																

f) Presupuesto

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Grabación del nuevo spot.	1	S/. 40.00	S/. 40.00
Emisión del spot en la radio Stereo Tv	3 meses	S/. 250.00	S/. 750.00
Diseño de impresión de valla	1	S/. 350.00	S/. 350.00
Colocar valla.	1	S/. 60.00	S/. 60.00
Diseño una página web empresarial, más pago de hosting anual	1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
Material POP (llaveros y stickers)	1 millar	S/. 350.00	S/. 350.00
Contratar anfitrionas para entregar material POP	6 días	S/. 50.00	S/. 50.00
TOTAL			S/. 3,100.00

g) Viabilidad

Las estrategias de publicidad, permitirán a la empresa ganar más clientes y retener a los actuales. Es viable ya que los recursos financieros que se requieren, están disponibles para la organización. También es viable puesto los recursos físicos y humanos que se necesitan para llevarla a cabo, son accesibles de conseguir.

h) Mecanismo de control

Los indicadores que permitirán medir si la estrategia implementada está impactando en la empresa son los siguientes.

- Número de clientes satisfechos.
- Número de clientes fieles.
- Incremento en el nivel de frecuencia de uso.
- Incremento de clientes en la base datos.
- Posicionamiento de la marca y mensaje de la empresa.

4.2.7.4 Estrategias FA: Mejorar la gestión en los procesos de distribución.

a) Descripción de la estrategia.

Es necesario que la empresa Courier Jaén SRL innove en la gestión de los procesos de distribución, no sólo limitándose a realizar los mismos procedimientos de todos los días, sino realizar un Manual Organización y Funciones para que los colaboradores se puedan regir a este manual y realizar buen trabajo.

Por otro lado la estrategia FA también está orientada a seguir trabajando en la mejora de la imagen empresarial, específicamente de los vehículos, a través de la adquisición de unos nuevos vehículos. Asimismo es importante que los operadores vistan un uniforme.

b) Tácticas

- Realizar el Manual de Organizaciones y Funciones.
- Mejorar la imagen de los operadores.
- Incrementar el número de unidades móviles en la empresa.

c) Programa estratégico

- Elaborar el MOF con la participación de los colaboradores.
- Proveer de uniforme rediseñado a los colaboradores
- Adquirir nuevo vehículo.

d) Responsables.

Gerente General de la empresa Courier Jaén SRL.

e) Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Junta para evaluar la compra de nuevo Vehículo																
Puesta en marcha de nuevo vehículo																
Realizar Manual Organización y Funciones																
Diseño de uniformes para los operadores																
Confección de uniformes																
Uso de uniforme																

f). Presupuesto

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	Costo Unitario	Costo Total
Material para llevar a cabo la junta (plumón, hojas, lapiceros)	-	S/. 10.00	S/. 10.00
Diseño y confección de uniformes	6	S/. 120.00	S/. 720.00
Vehículo de carga de 1.5 tn.	1	S/.61,942	S/. 61942.00
TOTAL			S/. 62672..00

g. Viabilidad

Las estrategias de diversificación de servicios y la mejora de la imagen del taxista y del taxi, permitirán a la empresa sobresalir en el mercado en que se encuentra, ganar más clientes y fidelizar a los actuales. Es viable ya que los recursos financieros que se requieren, están disponibles para la organización.

h) Mecanismo de control

Los indicadores que permitirán medir si la estrategia implementada está impactando en la empresa son los siguientes

- Número clientes satisfechos.
- Incremento de clientes en la base datos.
- Número de clientes fieles.
- Número de nuevos clientes.

4.2.7.5 Estrategia DA: Capacitación a los colaboradores

a. Descripción de la estrategia

Los resultado de los instrumentos aplicados a los clientes, dan cuenta que una de las variables que están generando insatisfacción es la atención de los operadores, los clientes han manifestado su malestar porque algunas veces no se les atendió la llamada de manera cortés y educada. Por ello es primordial capacitar a los operadores en atención al cliente. Asimismo, es importante mantener contacto permanente con los clientes para conocer sus quejas o sugerencias respecto al servicio.

b) Tácticas

- Capacitar a los operadores en atención a clientes.
- Capacitar a choferes en primeros auxilios.

Habilitar la línea de Whatsapp																										
Administrar página de facebook																										
Buscar un especialista en capacitación en atención al cliente																										
Llevar a cabo la capacitación																										
Evaluar la capacitación																										

f) Presupuesto

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Diseño e impresión de vales de descuento	1 millar	S/. 150.00	S/. 150.00
Compra de celular Smartphone.	1 unidad	S/. 200.00	S/. 200.00
Pago a especialista en capacitación en atención al cliente.	4 sesiones	S/. 400.00	S/. 400.00
Material para capacitación		S/. 20.00	S/. 20.00
Pago a instructor encargado de capacitación en primeros auxilios.	4 sesiones	S/. 300.00	S/. 300.00
Kit en primeros auxilios	6	S/. 5.00	S/. 30.00
TOTAL			S/. 1,100.00

g. Viabilidad

Las estrategias de servicio al cliente, postventa y promoción e incentivo, permitirán a la empresa ganar más clientes y mantener fidelizados a los actuales. Es viable ya que los recursos financieros que se requieren, están disponibles para la organización. También es viable puesto los recursos físicos y humanos que se necesitan para llevarla a cabo, son accesibles de conseguir.

h. Mecanismo de control

Los indicadores que permitirán medir si la estrategia implementada está impactando en la empresa son los siguientes.

- Número clientes satisfechos.
- Incremento de clientes en la base datos.
- Número de clientes fieles.
- Número de nuevos clientes.

Presupuesto Total

Estrategia	Total
Mejorar la imagen empresarial	S/. 380.00
Establecer alianzas estratégicas con las empresas.	S/. 200.00
Realizar estrategias de publicidad	S/. 3,100.00
Mejorar la gestión en los procesos de distribución	S/. 62672..00
Capacitar a nuestros colaboradores	S/. 1,000.00
TOTAL	S/.67,352.00

La inversión total es de S/. 67,352.00

V. CONCLUSIONES

1. Los resultados indican que la distribución es un medio muy importante en la empresa lo cual el personal que está a cargo se encuentra capacitado por el mismo tiempo que tienen laborando en la empresa, la cual le hacen conocedores de todo el procedimiento de la distribución que se realiza a diario, lo cual favorece debido a que las encomiendas son entregadas ni bien llegan de otras ciudades.
2. Los resultados obtenidos indican que los beneficios que podría obtener la empresa al mejorar los procesos de distribución son muy buenos porque se trabajaría de una forma más ordenada, económica y eficiente, dándole mayor seguridad y satisfacción al personal que realiza el trabajo.
3. Los resultados obtenidos indican que el actual proceso de distribución afecta a los clientes en la medida que el personal encargado en este proceso de distribución no está calificado para poder brindar una buena información. La empresa tiene diferentes formas de determinar sus niveles de servicio al cliente, en muchas ocasiones es determinada en las pautas que marca la competencia.
4. Los resultados indican que el 51,09% de los clientes de la empresa Courier Jaén están satisfechos utilizando el servicio de Courier. Algunos clientes manifiestan que la empresa ofrece un servicio confiable y responsable, por lo cual la documentación que envían llega puntual a su destino, mientras el 1,09% manifestaron que están en desacuerdo con el servicio debido a que la empresa no hace llegar en el tiempo establecido sus encomiendas.

5. La propuesta de mejora del proceso de distribución para la satisfacción de los clientes de la empresa Courier Jaén SRL. busca promover la satisfacción de los clientes de la empresa Courier Jaén SRL, permitiendo mejorar la situación de los procesos como una mayor organización, planificación y control.

VI. RECOMENDACIONES.

1. Analizar constantemente las estrategias que permitan mejorar el proceso de distribución de la empresa Courier Jaén S.R.L.
2. Monitorear constantemente las necesidades de los distintos segmentos de clientes a los cuales se dirige Courier Jaén S.R.L. a fin de plantear estrategias de servicio y atención al cliente más idóneo al público objetivo.
3. Mejorar las relaciones con los clientes, implementando canales de comunicación más efectivos que permitan escucharles y atender sus inquietudes.
4. Ejecutar la propuesta de mejora del proceso de distribución para la satisfacción de los clientes de la empresa Courier Jaén S.R.L. con un enfoque de sostenibilidad en el mediano y largo plazo, haciendo partícipes a los trabajadores, quienes se deberán comprometer con el esfuerzo corporativo por lograr la mejor calidad en el servicio brindado.

VII. REFERENCIAS.

- Bravo, Juan (2011). Gestión de procesos. Santiago de Chile. Editorial Evolución S.A. Recuperado de <http://www.evolucion.cl/cursosdestacados/12/Libro%20GP%20Juan%20Bravo%20versi%F3n%20especial.pdf>
- Báez R & Moya D (2012). Diseño de un proceso para el mejoramiento de desempeño del servicio de correo híbrido en una empresa de courier y paquetería. Trabajo para obtener el título de Magíster en gestión de la productividad y la calidad. Escuela Superior Politécnica del Litoral, Quito- Ecuador. Recuperado de <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/24854>
- Chiavenato I. (2009). Gestión del talento humano. México. Recuperado de https://scholar.google.com/scholar?q=chiavenato+2009+gestion+del+talento+humano&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar&sa=X&ved=0ahUKEwi71cek2c_QAhVMRCYKHRM5AhgQgMICDAA
- Cumpa J (2012). Mejora de la producción, almacenaje y distribución de una panificadora usando métodos operativos. Trabajo para obtener título de (Ingeniero Industrial y de Sistemas). Universidad de Piura. Recuperado de <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/123456789/1260>
- Collantes Véliz, Rubén Segundo (2010). Análisis de mejora de la confiabilidad de los sistemas de distribución eléctrica de alta densidad de carga. Trabajo para obtener el grado de (Maestro en Ciencias). Lima. Universidad Nacional de Ingeniería. Facultad de Ingeniería Eléctrica y Electrónica. Lima. Recuperado de <http://docplayer.es/14563692-Universidad-nacional-de-ingenieria.html>
- Chacón (2009). Aseguramiento de la Calidad. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos68/satisfaccion-expectativa-cliente/satisfaccion-expectativa-cliente2.shtml>
- Gobierno de España (2015). Guía para la realización de las Auditorías relativas a la calidad de servicio. Recuperado de <http://www.minetad.gob.es/telecomunicaciones/es->

ES/Servicios/CalidadServicio/DocRef/DocumentacionReferencia/1.%20Calidad%20de%20servicio/CSC_GU%C3%8DA_DE_AUDITOR%C3%8DA_V1.pdf

Hernández (2016). Aumenta la velocidad de respuesta para incrementar tus ventas. Recuperado de <http://faolex.fao.org/docs/pdf/nic140919.pdf>

Haig (1926). El transporte, importancia economía y social. Recuperado de <http://www.economiaandaluza.es/sites/default/files/2%20Cap%C3%ADtulo%202.%20El%20transporte,%20importancia%20econ%C3%B3mica%20y%20social.pdf>

Johnston (1997). Calidad en los servicios de transporte. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2010a/cmcd.htm>

Malho de Abreu, D (2013). Diseño de un plan de mejoras de los procesos operativos de distribución en la zona metropolitana de caracas, para una empresa de servicio de encomiendas. Trabajo para obtener el título de (Ingeniero Industrial). Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela. Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.vw/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS6013.pdf>

Mahmoud A. Wahba, Lawrence G. Bridwell. (2004). Maslow reconsiderado: Una revisión de la investigación sobre la teoría de la jerarquía de la necesidad. Baruch College, la Universidad de la Ciudad de Nueva York, EE.UU.

Mahmoud A. Wahba, Lawrence G. Bridwell. (2004). Maslow reconsiderado: Una revisión de la investigación sobre la teoría de la jerarquía de la necesidad. Baruch College, la Universidad de la Ciudad de Nueva York, EE.UU.

Muñoz Cabanillas, Martín (2004). Diseño de distribución en planta de una empresa textil. Trabajo para obtener el título profesional de (Ingeniero Industrial). Facultad de Ingeniería Industrial. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Recuperado de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/monografias/ingenie/munoz_cm/contenido.html

Pérez X & Baptiste A (2004). Propuesta de mejoramiento del centro de distribución de Hewlett Packard Colombia LTDA., ubicado en la zona franca de la ciudad de Bogotá, integrando la gestión de las áreas comercial y logística en pro de los objetivos corporativos. Trabajo para obtener el título de (Ingeniería Industrial). Departamento de procesos productivos Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis60.pdf>

Ríos Sánchez, Kelly (2014). Gestión de procesos y rentabilidad en las empresas de courier en lima metropolitana, 2012-2013. Trabajo para optar el título profesional de (Contador Público). Universidad San Martín de Porres. Lima. Recuperado de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/1116>

Sahid (1998). Logística pura más allá de un proceso logístico, Colección Logística Corporación John F. Kennedy. Recuperado de <http://www.worldcat.org/title/logistica-pura-mas-alla-de-un-proceso-logistico/oclc7318177881>

Thompson (2014). Definición de logística. Recuperado de <http://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-logistica.html>

Velásquez, Elizabeth (2012). Canales de distribución y logística. México. Editorial Tercer Milenio S.C.

Ventura L, Luis A (2014). Automatización del proceso de ventas y distribución utilizando tecnología móvil y geolocalización para la empresa Líder SRL. Trabajo para obtener el título profesional de (Ingeniero de Computación y Sistemas). Universidad Privada Antenor Orrego. Piura. Recuperado de <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/6430>

http://www.academia.edu/9585589/ESTANDARES_DE_CALIDAD


ANEXOS

Anexo 1

Matriz de consistencia

Título	Problema General	Objetivo General	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
Propuesta del proceso de distribución para la satisfacción de clientes en la empresa Courier Jaén SRL en la ciudad de Jaén año 2017	¿Cómo se desarrollan los procesos de distribución y cómo afecta a los clientes de la empresa Courier Jaén SRL año 2017?	Realizar una propuesta de mejora de los procesos de distribución en la empresa Courier Jaén SRL.2017	Vi: Proceso de Distribución	La distribución es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean. (Thompson 2014)	Se efectuará la evaluación de: ciclo en el tiempo de transporte, confiabilidad en el transporte, productividad del volumen de transporte y costos de transporte, para lo cual se empleará un cuestionario, una entrevista y una guía de observación	-Ciclo en el tiempo de transporte. -Confiabilidad en el transporte. -Productividad del volumen de transporte. -Costos de transporte	Entrevista	Guía de entrevista
			VD: Satisfacción del cliente	El nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas". (Kotler, P., 1998)	Se llevará a cabo la medición de cumplimiento de estándares de calidad, nivel de reconocimiento, expectativas de servicio, nivel de tecnología, nivel de seguridad y velocidad de respuesta para lo cual se aplicarán un cuestionario y guía de observación.	-Cumplimiento de estándares de calidad. -Nivel de reconocimiento de expectativas de servicio -Nivel de tecnología -Nivel de seguridad -Velocidad de respuesta	Encuesta	Cuestionario

Anexo 2.A: Instrumento - Cuestionario

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO		ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN	
<p>Estimados clientes, su colaboración es esencial e insustituible, por lo que se le agradece complete todo el cuestionario de carácter confidencial.</p> <p>Este cuestionario está destinado a recabar información necesaria que servirá de soporte a la investigación que se realiza en cuanto al "Mejora del proceso de distribución para la satisfacción de los clientes de la empresa Courier Jaén SRL en la ciudad de Jaén- año 2017". Agradeciendo su colaboración, lea cuidadosamente cada pregunta y marque con una (x) su respuesta:</p>			
<p><u>NIVEL DE RECONOCIMIENTO EXPECTATIVAS DEL SERVICIO.</u></p> <p>1.- Cuán satisfecho está durante el tiempo que lleva utilizando el servicio courier en la empresa Courier Jaén SRL.</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) En desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) De acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) Totalmente de acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>2.- ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio courier?</p> <p>a) Todos los días..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) Una o más veces a la semana..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) Dos o tres veces al mes..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) Una vez al mes..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) Menos de una vez al mes..... <input type="checkbox"/></p> <p>3.- reconoce usted que la empresa se esfuerza por mejorar su trabajo.</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) En desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) De acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) Totalmente de acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p><u>CUMPLIMIENTO DE ESTÁNDARES DE CALIDAD.</u></p> <p>4.- Cuál es su grado de satisfacción general con el servicio brindado por la empresa Courier Jaén SRL.</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) En desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) De acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) Totalmente de acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>5.- ¿Ha recomendado usted el servicio que le brindamos a usted a otras personas?</p> <p>a) Sí..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) No..... <input type="checkbox"/></p> <p>6.- El servicio al cliente de la empresa Courier Jaén SRL atiende bien a las necesidades del cliente.</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) En desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) De acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) Totalmente de acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>7.- ¿Ha tenido usted algún problema a la hora de usar el servicio courier en la empresa Courier Jaén SRL?</p> <p>a) Sí..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) No..... <input type="checkbox"/></p> <p>8.- Está de acuerdo que la empresa Courier Jaén brinda un servicio de calidad.</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) En desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) De acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) Totalmente de acuerdo..... <input type="checkbox"/></p>		<p><u>VELOCIDAD DE RESPUESTA.</u></p> <p>9.- El personal se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios.</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) En desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) De acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) Totalmente de acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>10.-Usted considera que el trato del personal con los usuarios es de buena calidad.</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) En desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) De acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) Totalmente de acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p><u>NIVEL DE SEGURIDAD.</u></p> <p>11.- Cuándo acudo al servicio, sé qué encontraré las mejores soluciones.</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) En desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) De acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) Totalmente de acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>12.- El personal da una imagen de honestidad y confianza.</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) En desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) De acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) Totalmente de acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>13.- ¿Considera que la empresa le informa adecuadamente sobre el recorrido de su encomienda?</p> <p>a) Sí..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) No..... <input type="checkbox"/></p> <p>14.- La empresa Courier Jaén SRL recoge de forma adecuada las quejas y sugerencias de los usuarios.</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) En desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) De acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) Totalmente de acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p><u>NIVEL DE TECNOLOGÍA.</u></p> <p>15.- ¿considera usted que la empresa utiliza equipos informáticos?</p> <p>a) Sí..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) No..... <input type="checkbox"/></p> <p>16.- considera usted que la empresa utiliza medios de transporte.</p> <p>a) Sí..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) No..... <input type="checkbox"/></p> <p>17. considera que la empresa dispone de los medios adecuados de comunicación y unidades de transporte para facilitar su labor.</p> <p>a) Totalmente en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) En desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) De acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) Totalmente de acuerdo..... <input type="checkbox"/></p>	



Fecha:

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO – FILIAL PIURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Anexo 2. B. Entrevista al Gerente y Subgerente de la empresa.

Aplicado a: Sr. Elmer Oliva Vásquez.

Cargo: Gerente

Señores administrativos reciba un cordial saludo. Soy alumno de la carrera de Administración de la Universidad César Vallejo asimismo espero de su colaboración es esencial e insustituible, por lo que se le agradece responda a las siguientes preguntas que le voy a plantear es de carácter confidencial. Esta entrevista está destinado a recabar información necesaria que servirá de soporte a la investigación que se realiza en cuanto a la “Propuesta de mejora del proceso de distribución para la satisfacción de los clientes de la empresa Courier Jaén SRL en la ciudad de Jaén- año 2017”. Agradeciendo su colaboración.

Institución: Courier Jaén SRL

PREGUNTAS:

1) ¿Usted cree que el personal encargado de la distribución está calificado?

Si, por que tienen tiempo laborando en la empresa.

2) ¿Han tenido problemas de algunos clientes por la demora en la que su encomienda no se entrega a tiempo?

Sí, pero eso sucedía porque el consignado cambiaba de dirección y no informaba al remitente.

3) ¿Su personal que tiene a cargo informa de manera clara a sus clientes el día exacto en que va a ser entregado su encomienda? ¿Qué ocurre en caso de siniestro en el transporte?

Si, se les indica la fecha y hora promedio de la entrega en caso de siniestro se presenta una denuncia y de ser el caso se indemniza diez veces el importe pagado por el cliente.

4) ¿Cuándo el cliente desea enviar su correspondencia el personal está capacitado y le brinda toda la información necesaria? Explique

Se le explica del servicio que ofrecemos como son los tiempos de entrega y que la correspondencia debe estar correctamente debe estar correctamente rotulada incluyendo número telefónico ya que es muy esencial para su entrega.

5) ¿Qué propone usted para que el cliente confíe en el servicio de la empresa?

Indicarles que su correspondencia va en valijas con precintos de seguridad la cual llegaría en óptimas condiciones.

6) ¿Qué opciones les da a sus clientes para que desde su domicilio sepan en qué estado está su encomienda?

Se les proporciona una orden de servicio con lo cual pueden ingresar a la página web de la empresa y saber el estado de lo contrario pueden llamar a oficina para que se les informe sobre el estado de su encomienda.

7) ¿Qué estrategias emplea para incrementar su volumen en el transporte?

Reducir los costos en comparación a la competencia ofreciéndoles el mismo servicio.

8) ¿Usted utiliza los medios de comunicación para hacer publicidad y dar a conocer el servicio que ofrece? ¿Por qué?

Muy poco, porque nuestros clientes son nuestra mejor publicidad por el servicio que ofrecemos.

9) ¿La empresa Courier Jaén SRL para mejorar el rendimiento ponen en práctica los principios de calidad?

Tratamos de brindar al cliente la mejor calidad en el servicio que realizamos.

10) ¿Cuáles de las alternativas siguientes representa el factor crítico del éxito que afecta a la empresa de Courier Jaén SRL?

Liderazgo, porque creo que el personal debe involucrarse totalmente con la empresa para beneficio mutuo.

11. ¿Cuál es la estrategia que ha establecido la empresa Courier Jaén SRL para reducir sus costos?

Consolidar la carga y/o correspondencia recepcionada en valijas precintadas y selladas la cual reducen los costos de transporte.



Fecha:

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO – FILIAL PIURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Anexo 2.B. Entrevista al Gerente y Subgerente de la empresa.

Aplicado a: Sr. Marco Antonio Chuman Vilela

Cargo: Subgerente.

Señores administrativos reciba un cordial saludo. Soy alumno de la carrera de Administración de la Universidad César Vallejo asimismo espero de su colaboración es esencial e insustituible, por lo que se le agradece responda a las siguientes preguntas que le voy a plantear es de carácter confidencial. Esta entrevista está destinado a recabar información necesaria que servirá de soporte a la investigación que se realiza en cuanto a la “Propuesta de mejora del proceso de distribución para la satisfacción de los clientes de la empresa Courier Jaén SRL en la ciudad de Jaén- año 2017”. Agradeciendo su colaboración.

Institución: Courier Jaén SRL

1) ¿Usted cree que el personal encargado de la distribución está calificado?

El personal para la distribución si está calificado, sabe cómo entregar la correspondencia por el tiempo que lleva trabajando.

2) ¿Han tenido problemas de algunos clientes por la demora en la que su encomienda no se entrega a tiempo?

Si, muchas veces los clientes se han quejado por la demora de las entregas, pero no siempre es por el personal a veces es por la naturaleza o desperfectos mecánicos.

3) ¿Su personal que tiene a cargo informa de manera clara a sus clientes el día exacto en que va a ser entregado su encomienda? ¿Qué ocurre en caso de siniestro en el transporte?

Al cliente se le informa que día va a llegar su correspondencia dependiendo la ciudad a donde va ya sea uno, dos o más días, en el caso de un siniestro ya no depende de nosotros sólo se espera a que se normalice el pase.

4) ¿Cuándo el cliente desea enviar su correspondencia el personal está capacitado y le brinda toda la información necesaria? Explique

No todo el personal está calificado para brindar una buena información tienen que estar preguntando a su jefe.

5) ¿Qué propone usted para que el cliente confíe en el servicio de la empresa?

Desde que llega el cliente darle una buena atención, informándole de la llegada de su correspondencia, llegar a un acuerdo con el pago.

6) ¿Qué opciones les da a sus clientes para que desde su domicilio sepan en qué estado está su encomienda?

Brindándoles los números de celulares para que llamen y sepan dónde está su correspondencia

7) ¿Qué estrategias emplea para incrementar su volumen en el transporte?

Captar clientes o visitar empresas y darle una información del servicio.

8) ¿Usted utiliza los medios de comunicación para hacer publicidad y dar a conocer el servicio que ofrece? ¿Por qué?

No se utiliza los medios de comunicación porque eso hay que preguntarle al jefe.

9) ¿La empresa Courier Jaén SRL para mejorar el rendimiento ponen en práctica los principios de calidad?

Darle un buen trato al cliente e informando la llegada de su correspondencia.

10. ¿Cuáles de las alternativas siguientes representa el factor crítico del éxito que afecta a la empresa de Courier Jaén SRL?

Liderazgo: todo el personal tiene que comprometerse con la empresa para dar un buen servicio y el cliente se vaya satisfecho.

11. ¿Cuál es la estrategia que ha establecido la empresa Courier Jaén SRL para reducir sus costos?

Hacer en menos bultos para que cobren menos y pedir un descuento.

Fecha:

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO – FILIAL PIURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Anexo. 2. C Entrevista a todos los trabajadores de la empresa.

Aplicado a: Sr. Jhooint Danshelo Quispe Vásquez

Señores administrativos reciba un cordial saludo. Soy alumno de la carrera de Administración de la Universidad César Vallejo asimismo espero de su colaboración es esencial e insustituible, por lo que se le agradece responda a las siguientes preguntas que le voy a plantear es de carácter confidencial.

Esta entrevista está destinado a recabar información necesaria que servirá de soporte a la investigación que se realiza en cuanto a la “Propuesta de mejora del proceso de distribución para la satisfacción de los clientes de la empresa Courier Jaén SRL en la ciudad de Jaén- año 2017”. Agradeciendo su colaboración.

Institución: Courier Jaén SRL

PREGUNTAS

1) ¿Usted cree que el personal encargado de la distribución está calificado?

Sí, por el tiempo que se tiene trabajando

2) ¿Han tenido problemas de algunos clientes por la demora en la que su encomienda no se entrega a tiempo?

Sí, por motivo de las empresas de transporte no llegan siempre a la hora de llegada, y por cambio de domicilio.

3) ¿Considera usted como colaborador de la empresa que informa de manera clara a sus clientes el día exacto en que va a ser entregado su encomienda? ¿Qué ocurre en caso de siestro en el transporte?

Sí, porque siempre tenemos conocimiento de las encomiendas.

4) ¿Está de acuerdo con el trato que les brinda el gerente?
Explique

No, porque siempre actúa sin saber el motivo del problema, y siempre creo que para llamar la atención al personal debe ser en privado y así el personal no se sienta mal.

- 5) ¿Qué propone usted para que el cliente confíe en el servicio de la empresa?

Siempre tener el buen trato por más que el cliente llegue molesto.

- 6) ¿Qué opciones les da a sus clientes para que desde su domicilio sepan en qué estado está su encomienda?

En primer lugar llamar al cliente, luego informar el día que ha sido entregado y siempre hacer que el cliente verifique su encomienda en qué estado a llegado.

- 7) ¿Qué estrategias propones para incrementar el volumen en el transporte?

Hacer publicidad y dar un buen trato al cliente.

- 8) ¿Utilizan los medios de comunicación para hacer publicidad y dar a conocer el servicio que ofrece? ¿Por qué?

No, por motivo que el courier ya tiene un buen tiempo dando servicio al cliente, y ya tiene prestigio.

- 9) ¿Está satisfecho con el sueldo que recibe por la actividad que realiza? ¿Recibe algún incentivo?

Sí, incentivo se recibe por fin de año que celebra fiesta navideña.

- 10) ¿Cuáles de las alternativas siguientes representa el factor crítico del éxito que afecta a la empresa de Courier Jaén SRL?

Servicio de mejora siempre debe ver charlas al personal y siempre hayga comunicación dentro y fuera de la empresa.

- 11) ¿Cuál es la estrategia que ha establecido la empresa Courier Jaén SRL para reducir sus costos?

Hacer menos bulto, las encomiendas y así la transportadora, haga menos cobro.

Fecha:

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO – FILIAL PIURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Anexo. 2. C Entrevista a todos los trabajadores de la empresa.

Aplicado a: Verónica Ramírez Saldaña

Señores administrativos reciba un cordial saludo. Soy alumno de la carrera de Administración de la Universidad César Vallejo asimismo espero de su colaboración es esencial e insustituible, por lo que se le agradece responda a las siguientes preguntas que le voy a plantear es de carácter confidencial.

Esta entrevista está destinado a recabar información necesaria que servirá de soporte a la investigación que se realiza en cuanto a la “Propuesta de mejora del proceso de distribución para la satisfacción de los clientes de la empresa Courier Jaén SRL en la ciudad de Jaén- año 2017”. Agradeciendo su colaboración.

Institución: Courier Jaén SRL

PREGUNTAS

1) ¿Usted cree que el personal encargado de la distribución está calificado?

Sí, porque es de acuerdo al tiempo que llevan en la empresa lo cual los ha hecho conocedores del modo y manera de distribuir toda la mercadería.

2) ¿Han tenido problemas de algunos clientes por la demora en la que su encomienda no se entrega a tiempo?

Sí, pero más que todo no es por parte de la courier la demora sino por parte de las empresas transportadoras.

3) ¿Considera usted como colaborador de la empresa que informa de manera clara a sus clientes el día exacto en que va a ser entregado su encomienda? ¿Qué ocurre en caso de siestro en el transporte?

Sí, ya que el cliente hay que brindarle seguridad en cuanto a la entrega de su encomienda y si en caso hubiera algún retraso se le informa al cliente y para ello se les pide su número de celular, para así informarlo del estado de la encomienda.

- 4) ¿Está de acuerdo con el trato que les brinda el gerente?
Explique

A veces, ya que su forma de llevar las cosas son autoritarias las cuales un buen jefe o un buen gerente acepta las opiniones de sus colaboradores ya que así hará que haya un ambiente laboral más cómodo y no estando con el miedo que si hacemos algo malo nos gritarán.

- 5) ¿Qué propone usted para que el cliente confíe en el servicio de la empresa?

Dándole un servicio de calidad para que el cliente este satisfecho y opte por consumir nuestro servicio.

- 6) ¿Qué opciones les da a sus clientes para que desde su domicilio sepan en qué estado está su encomienda?

El número de la oficina y una orden de servicio, para que así estén informados de todo en cuanto a sus envíos.

- 7) ¿Qué estrategias propones para incrementar el volumen en el transporte?

La publicidad a empresas públicas y privadas, haciéndoles llegar la información y el servicio que nosotros ofrecemos a bajos costos y con el mismo servicio.

- 8) ¿Utilizan los medios de comunicación para hacer publicidad y dar a conocer el servicio que ofrece? ¿Por qué?

En ocasiones (revistas) ya que no están necesario, la courier ya tiene más años en el rubro de encomiendas y de tal modo nuestros clientes conocen el servicio que brindamos.

- 9) ¿Está satisfecho con el sueldo que recibe por la actividad que realiza? ¿Recibe algún incentivo?

Si algo, ya que en mi caso me da la oportunidad de salir temprano y poder ir a mis clases, solo nos brinda un incentivo que es la navidad a cada trabajador nos regala canastas.

10) ¿Cuáles de las alternativas siguientes representa el factor crítico del éxito que afecta a la empresa de Courier Jaén SRL?

Liderazgo: nuestro jefe se propone lograr y captar más clientes y lo hace, además hablamos a veces como debemos hacer en situaciones de conflicto o para dar información al cliente.

11) ¿Cuál es la estrategia que ha establecido la empresa Courier Jaén SRL para reducir sus costos?

La reducción del volumen del bulto para que así el costo del envío sea menos con la empresa transportadora y tengamos ganancias fructíferas.

ANEXO 3. Cotización de un vehículo

NEO MOTORS S.A.C.

Av. Vía de Evitamiento No 509 - Cajamarca

**KIA MOTORS**

Cajamarca, 26 de Febrero del 2018

Señores:

COURIER JAEN S.R.L.
RUC: 20570799917

Atención:

Estimado (s) señor (es):

ELMER OLIVA VASQUEZ

Sirva la presente para hacerle llegar nuestros saludos y poner a su consideración nuestra cotización con el mejor precio para la siguiente unidad:

K2700

VERSIONES

2.5 MT CRDi TCI - 4x2 Chasis C/S

2.5 MT CRDi TCI - 4x2 C/S Plus

MOTOR

Tipo / Válvulas	CRDi DOHC / 16 Válvulas
Cilindrada	2,497cc
Alimentación	Turbo Cargador Intercooler (TCI) / INYECTADO
Potencia	128 HP / 3,800 rpm
Torque (N.m/RPM)	255/1500~3500
Combustible	Diesel

SUSPENSIÓN Y TRANSMISIÓN

Tracción	2WD
Tipo / N° de Velocidades	6 MT
Sistema de Frenos	Hidráulicos
Delanteros / Posteriores	Discos Ventilados / Tambor
Suspensión Delantera	Barra de Torsión
Suspensión Posterior	Muelle Ballesta
Dirección	Hidráulica

DIMENSIONES Y CAPACIDADES

Largo / Ancho / Alto (mm)	5,125 / 1,740 / 1,995
---------------------------	-----------------------

NEO MOTORS S.A.C.

Av. Vía de Evitamiento No 509 - Cajamarca



Número de Ejes	2	
Número de Ruedas	6	
Peso Bruto (Kg)	3,240	
Peso Neto (Kg)	1,680	
Capacidad de Carga (Kg)	1,560	
Peso Máximo en Eje Delantero (Kg)	1,500	
Peso Máximo en Eje Posterior (Kg)	1,950	
Tanque de Combustible (Litros)	65	
Caja de Carga - Largo Interior (mm)	-	3,110
Caja de Carga - Ancho Interior (mm)	-	1,630
Caja de Carga - Altura Interior (mm)	-	355
Neumáticos Delanteros	195R15-8PR	
Neumáticos Posteriores	5.00R12-8PR EJE DUAL	
EXTERIOR		
Tolva Integrada a la Carrocería	-	S
Vasos Cobertores	S	S
Sensores de estacionamiento posteriores	-	S
Barra de Acero en Puertas Laterales	S	S
INTERIOR		
INTERIOR		
Bluetooth	S	S
Radio CD MP3 con conexión para iPod/USB/AUX	S	S
Controles de Audio en el Volante	S	S
Alza vidrios Eléctricos (Delanteros)	-	S
Aire acondicionado manual	-	S
Calefacción	-	S
SopORTE lumbar electrónico	-	S
Tacómetro Electrónico	S	S
Encendedor y Cenicero	S	-
FSC del modelo	HDH46B857SSBRE HDH46B857SSAV9	HDH46B857DDNVL HDH46B857SSBKM

- El precio incluye IGV .
- La fábrica se reserva el derecho de efectuar modificaciones sin previo aviso por cambios en el producto.
- El pago se efectuará en cheque, expresado en Dólares Americanos girado a nombre de NEO MOTORS S.A.C.. o depósito en nuestras cuentas corrientes.
- El trámite de placas y tarjeta de identificación vehicular es una cortesía que otorgamos a nuestros clientes, el mismo que se encuentra sujeto a los criterios autónomos de cada Registrador; por lo tanto, nuestra empresa no se hace responsable por las demoras ocasionadas por el criterio registral.

DESDE
US\$ 18,490 o S/ 61,942

NEO MOTORS S.A.C.

Av. Via de Evitamiento No 509 - Cajamarca



FORMA DE PAGO

- Contado Girar cheque a nombre de **NEO MOTORS S.A.C.** ó depositar en nuestras CTAS. CTES. En dólares del BANCO CONTINENTAL ME. 0011-900-000100004553-82,

DISPONIBILIDAD

Entrega de Unidad: **INMEDIATA**

A la espera de sus gratas órdenes, quedo de usted.

YONEL SUAREZ RIOJAS

Asesor Comercial

CELULAR: 948190143 RPM: *163718 RPC: 948312643

ANEXO 4. Constancia y ficha de validación de cuestionario.



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Freddy William Castillo Palacios con DNI N° 02842237, Doctor en Ciencias Administrativas, N° ANR::202528, de profesión Licenciado en Ciencias Administrativas, desempeñándome actualmente como. Docente a tiempo parcia en Universidad César Vallejo Filial Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del instrumento: Cuestionario.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario dirigido a los clientes de la empresa Courier Jaén SRL.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 9 días del mes de diciembre del Dos mil Dieciséis.

Dr. Freddy W. Castillo Palacios
REG. UNIC DE CUEEG. Nº 343

Dr :
DNI : 02842237
Especialidad : Dr. en Ciencias Administrativas
E-mail : fcastillo1973@hotmail.com

“PROPUESTA DE MEJORA DEL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN PARA LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA COURIER JAÉN SRL EN LA CIUDAD DE JAÉN – AÑO 2016”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES																
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	5	10	15	20	25		30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																																									81	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																																									81	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																																									81	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																																									81	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																																									81	

6.Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación	81																			
7.Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación	81																			
8.Coherencia	Tiene relación entre variables e indicadores	81																			
9.Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación	81																			

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 9 de diciembre de 2016.



Dr.:

DNI: 02842237

Teléfono: 969584019

E-mail: fcastillo1973@hotmail.com

Dr. Freddy W. Castillo Pacheco
FACULTAD DE EDUCACIÓN

FACULTAD DE EDUCACIÓN



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Lopez Herrera, Oliver con DNI N° 18121059 Doctor
 en.....N° ANR:..... de
 profesión Lic en Administración desempeñándome actualmente
 como Docente en Univ. Cesar Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario dirigido a los clientes de la empresa Courier Jaén SRL.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmola presente en la ciudad de Piuraa los 9 días del mes dediciembredel Dos mil Quince.

DR
 DNI
 Especialidad :
 E-mail

(Firma)
 Lic. Adm. Oliver López Herr
 DNI 18121059
 Email olopezh@ucvvirtual.edu.p

“PROPUESTA DE MEJORA DEL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN PARA LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA COURIER JAÉN SRL EN LA CIUDAD DE JAÉN – AÑO 2016”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	25	30	35	40	45	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	95	100				
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	11	16	21	25	30	35	40	45	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96					
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado	5																									
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																	80									
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																		85								
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			90							
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																			90							
																					90						

6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																	
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																	90
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																	95
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																	95

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 9 de diciembre de 2016.

Mgtr.:
 DNI:
 Teléfono:
 E-mail:


 Lic. Adm. Olyver López Herrero
 DNI: 78121059
 Email: oloperh@ucvvirtual.edu.p



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, José Martín Lazo Sánchez con DNI N° 02778943 Magister
 en Administración N° ANR:..... de
 profesión Lic. Ciencias Administrativas desempeñándome actualmente
 como Docente en Escuela de Administración UCV-Piura

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario dirigido a los clientes de la empresa Courier Jaén SRL.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo presente en la ciudad de Piura a los 9 días del mes de diciembre del Dos mil Quince.

Mgr. : José Martín Lazo Sánchez
 DNI : 02778943
 Especialidad : Administración
 E-mail : milazo@hotmail.com

“PROPUESTA DE MEJORA DEL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN PARA LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA COURIER JAÉN SRL EN LA CIUDAD DE JAÉN – AÑO 2016”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	10	15	20	21	25	30	35	40	41	45	50	55	60	61	65	70	75	80	81	85	90	95	100	
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	10	15	20	21	25	30	35	40	41	45	50	55	60	61	65	70	75	80	81	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																										
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																										90
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																										90
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																										90
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																										90

ANEXO 5. Formato de confiabilidad de instrumento

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	--	-----------------------

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE	:	OLIVA GARCÍA, JEFFERSON LUIS
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	“PROPUESTA DE MEJORA DEL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN PARA LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA COURIER JAÉN SRL EN LA CIUDAD DE JAÉN-AÑO 2017”.
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	ADMINISTRACION
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	CUESTIONARIO APLICADO A USUARIOS
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	<i>KR-20 kuder Richardson</i> ()
		<i>Alfa de Cronbach.</i> (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	2 – 05 – 2017
1.7. MUESTRA APLICADA	:	Se aplicó a una muestra piloto de 10 usuarios

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	91%
------------------------------------	------------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Ítemes iniciales, ítemes mejorados, eliminados, etc.*)

Con respecto a la confiabilidad estadística de los ítemes se observa que la pregunta 2 del instrumento, no está sujeto a medición porque es de criterio personal, Mientras que las demás preguntas del cuestionario están sujetas a medición presentando de manera general un alto índice de confiabilidad.

Estudiante:
DNI :

Docente :


DR. COSME CORREA BECERRA
 LIC. EN ESTADÍSTICA
 COESPE 502

ANEXO 6 Declaratoria de autoría



DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, **Oliva García Jefferson Luis**, estudiante de la Escuela Académico Profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo, sede Piura, declaro que el trabajo académico titulado: **“PROPUESTA DE MEJORA DEL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN PARA LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA COURIER JAÉN SRL EN LA CIUDAD DE JAÉN- AÑO 2017”**, presentada en 106 folios para la obtención del título profesional de Licenciado en Administración, es de mi autoría.

Por lo tanto, declaro lo siguiente:


- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda la cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Piura, 03 de septiembre de 2018

Firma

DNI° 70042154

ANEXO 6. Autorización de publicación de tesis en repositorio UCV.

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 12-09-2017 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo Oliva García Jefferson Luis, identificado con DNI N° 70042154, egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (x) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado **"PROPUESTA DE MEJORA DEL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN PARA LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA COURIER JAÉN SRL EN LA CIUDAD DE JAÉN - AÑO 2017"**; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



 FIRMA

DNI: 70042154

FECHA: 03 de Septiembre del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

Fecha de entrega: 19-mar-2019 12:03a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1095829037

Nombre del archivo: Jefferson_Oliva.pdf (3.34M)

Total de palabras: 19806

Total de caracteres: 108898



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

"PROPUESTA DE MEJORA DEL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN PARA LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA COURIER JAÉN SRL EN LA CIUDAD DE JAÉN- AÑO 2017"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

OLIVA GARCÍA JEFFERSON LUIS

ASESOR

DR. SANCHEZ PACHECO, LUIS ALBERTO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

PLANIFICACION

PIURA - PERÚ

2017

(Handwritten signature)
 Dr. Freddy W. Castillo Palacios
 R.G. UNIC DE COLEG. N° 843

Tesis

ÍNDICE DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
2	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	www.repositorioacademico.usmp.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	www.salesup.com Fuente de Internet	1%
5	www.dspace.espol.edu.ec Fuente de Internet	1%
6	Submitted to University of Westminster Trabajo del estudiante	1%
7	documents.mx Fuente de Internet	1%
8	www.cic.uhu.es Fuente de Internet	1%
9	www.scribd.com Fuente de Internet	1%

	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02
		Versión : 09
		Fecha : 23-03-2018
		Página : 1 de 1

Yo, Freddy William Castillo Palacios, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo filial Piura, revisor de la tesis titulado:

"PROPUESTA DE MEJORA DEL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN PARA LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA COURIER JAÉN SRL EN LA CIUDAD DE JAÉN – AÑO 2017"

Del estudiante: Oliva García Jefferson Luis; constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Piura, 19 de marzo del 2019



Dr. Freddy W. Castillo Palacios
REG. UNIC. DE COLEG. N° 943

Dr. Freddy William Castillo Palacios
DNI: 02842237

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Oliva García Jefferson Luis
D.N.I. : 70042154
Domicilio : Jr. Diego Palomino N° 1768 – Jaén - Cajamarca
Teléfono : Móvil: 976680001
E-mail : Jefferson_8901@hotmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales
Escuela : Administración
Carrera : Administración
Título : Licenciada en Administración

Tesis de Post Grado

Maestría

Grado :

Mención :

Doctorado

3. DATOS DE LA TESIS

Autor: Apellidos y Nombres:
Oliva García Jefferson Luis

Título de la tesis:

"PROPUESTA DE MEJORA DEL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN PARA
LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA COURIER
JAÉN SRL EN LA CIUDAD DE JAÉN- AÑO 2017"

Año de publicación : 2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Fecha : 19/03/2019





AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTAN:

OLIVA GARCIA JEFFERSON LUIS

INFORME TÍTULADO:

"Propuesta de mejora del proceso de distribución para la satisfacción de los clientes de la empresa Courier Jaén SRL en la ciudad de Jaén – Año 2017"

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

SUSTENTADO EN FECHA: 20/07/2018

NOTA O MENCIÓN: Aprobado

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION
PIURA

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
Dra. NELIDA RODRIGUEZ DE PERAZA
Rectora de la Escuela de Jaén

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN