

Estado de la publicación: El preprint ha sido enviado para publicación en revista

Estrategias para mejorar la calidad de servicio con impacto en la satisfacción del cliente en una empresa de Chimbote, 2024

Michael Steven Pedreros Ramos, Josué Carlos Espinoza Ygnacio , Arturo Manuel Sotelo Contreras , Cristhian Fabian Espinoza Agüero

<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.10723>

Enviado en: 2024-11-27

Postado en: 2024-12-16 (versión 1)

(AAAA-MM-DD)

Estrategias para mejorar la calidad de servicio con impacto en la satisfacción del cliente en una empresa de Chimbote, 2024

Estratégias para melhorar a qualidade do serviço com impacto na satisfação do cliente numa empresa de Chimbote, 2024

Strategies to improve service quality with an impact on customer satisfaction in a company in Chimbote, 2024

Espinoza Agüero Cristhian Fabian

Universidad César Vallejo, Chimbote, Ancash, Perú. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1800-6983>

Espinoza Ygnacio Josué Carlos

Universidad César Vallejo, Chimbote, Ancash, Perú. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2031-7171>

Pedrerros Ramos Michael Steven

Universidad César Vallejo, Chimbote, Ancash, Perú. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4031-5811>

Sotelo Contreras Arturo Manuel

Universidad César Vallejo, Chimbote, Ancash, Perú. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8359-9471>

Resumen

El estudio titulado "Estrategias para mejorar la calidad de servicio con impacto en la satisfacción del cliente en una empresa de Chimbote, 2024" tiene como objetivo principal evaluar cómo la calidad del servicio influye en la satisfacción del cliente en la empresa de envíos, ubicada en Chimbote. La investigación aborda la problemática de los desafíos en la entrega de encomiendas, los cuales generan desconfianza y baja preferencia de los clientes hacia la empresa. Se utilizaron métodos cuantitativos y cualitativos para recopilar y analizar datos, incluyendo libro de reclamaciones de clientes y análisis de modelos estadísticos. Los resultados indicaron que mejorar la calidad del servicio tiene un impacto positivo significativo en la satisfacción del cliente, lo que a su vez puede incrementar la lealtad y la retención de los mismos. Además, se sugirieron diversas estrategias para mejorar los servicios de la empresa, como la implementación de un sistema de seguimiento de envíos más eficiente y la capacitación del personal en atención al cliente. El estudio concluye que las mejoras en la calidad del servicio son esenciales para mantener la competitividad en el mercado de envíos y para asegurar la satisfacción continua de los clientes.

Palabras clave:

Calidad de servicio, satisfacción del cliente, empresa de envíos, logística, estrategias de mejora.

Resumo

O estudo intitulado “Estratégias para melhorar a qualidade do serviço com impacto na satisfação do cliente numa empresa de Chimbote, 2024” tem como principal objectivo avaliar como a qualidade do serviço influencia a satisfação do cliente na transportadora, localizada em Chimbote. A pesquisa aborda o problema dos desafios na entrega de encomendas, que geram desconfiança e baixa preferência dos clientes pela empresa. Foram utilizados métodos quantitativos e qualitativos para recolha e análise de dados, incluindo livro de reclamações de clientes e análise de modelos estatísticos. Os resultados indicaram que a melhoria da qualidade do serviço tem um impacto positivo significativo na satisfação do cliente, o que por sua vez pode aumentar a fidelidade e retenção do cliente. Além disso, foram sugeridas diversas estratégias para melhorar os serviços da empresa, como a implantação de um sistema de rastreamento de remessas mais eficiente e o treinamento da equipe no atendimento ao cliente. O estudo conclui que melhorias na qualidade do serviço são essenciais para manter a competitividade no mercado de transporte marítimo e garantir a satisfação contínua do cliente.

Palavras-chave:

Qualidade do serviço, satisfação do cliente, transportadora, logística, estratégias de melhoria.

Abstract

The study entitled "Strategies to improve service quality with impact on customer satisfaction in a company in Chimbote, 2024" has as its main objective to evaluate how service quality influences customer satisfaction in the shipping company, located in Chimbote. The research addresses the problem of challenges in the delivery of packages, which generate distrust and low customer preference towards the company. Quantitative and qualitative methods were used to collect and analyze data, including customer complaints book and statistical model analysis. The results indicated that improving service quality has a significant positive impact on customer satisfaction, which in turn can increase customer loyalty and retention. In addition, various strategies were suggested to improve the company's services, such as implementing a more efficient shipment tracking system and training staff in customer service. The study concludes that improvements in service quality are essential to maintain competitiveness in the shipping market and to ensure continued customer satisfaction.

Keywords:

Service quality, customer satisfaction, shipping company, logistics, improvement strategies.

I. INTRODUCCIÓN

Las compras por internet son esencial en la vida diaria de muchas personas, la comodidad de poder comprar desde casa o el trabajo, evitando desplazamientos, es uno de los principales atractivos de las tiendas en línea es la amplia variedad de productos que ofrecen, que abarca desde ropa hasta tecnología avanzada. Esta modalidad permite a los consumidores eludir la persuasión de los vendedores, evitando así gastos innecesarios y la compra de artículos que no requieren, al mismo tiempo que pueden acceder a mejores precios (Méndez, 2021, p.5).

Esto sería posible gracias a las empresas de envíos son organizaciones que se encargan de transportar documentos, paquetes, mercancías y otros artículos de un lugar a otro, utilizan diferentes medios de transporte y cuentan con una red de centros en varias partes del mundo para facilitar estos envíos. Estas empresas son fundamentales para el comercio electrónico, ya que permiten a las personas y a las empresas enviar y recibir productos. Además, estas empresas suelen ofrecer servicios adicionales como el seguimiento de envíos, lo que permite a los clientes saber exactamente dónde se encuentra su paquete en cada momento.

En la actualidad a nivel internacional se ha experimentado un crecimiento exponencial debido a la expansión del comercio electrónico y la digitalización de los servicios, las empresas como Amazon y FedEx han liderado el mercado mundial al implementar innovaciones tecnológicas que mejoran la eficiencia y la rapidez de entrega, lo que ha permitido una mayor satisfacción del cliente. Las expectativas de los consumidores respecto a la inmediatez y fiabilidad en las entregas han generado un cambio en las estrategias operativas de estas empresas para mantenerse competitivas (Pontoni y Filipetto, 2024, p.16).

En el ámbito nacional, las empresas de mensajería en Perú han visto un incremento en la demanda, principalmente impulsado por el auge del comercio electrónico y el aumento de micro emprendedores, empresas como Olva Courier y Shalom han tenido que adaptarse a estos cambios mediante la mejora de sus infraestructuras y la implementación de nuevas tecnologías. El desafío más grande que enfrentan estas empresas es mantener la calidad del servicio en áreas geográficas difíciles de acceder, lo cual afecta directamente la satisfacción del cliente (Ccahuay, Jara y Vásquez, 2020, p.23).

La empresa Shalom es la más destacada en Perú, especializada en encomiendas, y paquetería, con 65 agencias en Lima y más de 120 en provincias, convirtiéndose en una de las empresas más reconocidas de transporte de carga en el Perú, siendo en el año de 1997 hace más de 30 años en que comenzaron a realizar sus operaciones a nivel nacional y cuenta con la más grande red de distribución de puntos de entrega y acopio en los 24 departamentos del Perú (Cahuana, 2024, p.5).

En el ámbito dentro de Chimbote, el sector de mensajería ha experimentado un crecimiento en estos años, impulsado principalmente por el aumento del comercio electrónico y la necesidad de servicios de entrega rápida, el volumen de ventas por internet ha crecido significativamente, lo que ha llevado a una mayor demanda de servicios de mensajería locales. Este auge ha sido especialmente relevante para empresas como Shalom, que buscan adaptarse a las nuevas exigencias del mercado y mejorar su calidad de servicio para satisfacer a los clientes (INEI, 2023, p.11).

Dentro del país Shalom juega un papel crucial en el apoyo a los comercios, especialmente a los locales debido a que facilita el comercio electrónico debido a que al expandirse más allá de su ubicación física y llegar a clientes en todo el país, especialmente útil para los comercios pequeños que buscan crecer y competir. Así mismo ofrece servicios de entrega rápida y confiable, lo cual es esencial para mantener a los clientes satisfechos y garantizar que vuelvan a comprar y permite que también el producto encargado tenga un seguimiento para saber exactamente dónde se encuentra un paquete en cada momento.

El problema de investigación se centra en cómo la empresa de envíos Shalom ha enfrentado desafíos en la entrega de encomiendas, lo que ha generado desconfianza y baja preferencia de los clientes para futuros envíos. Estos problemas son consecuencia del mal seguimiento de envíos, ya que algunos usuarios han reportado retrasos de la información, así como problemas técnicos que afectan la operatividad, pérdidas o daños en los envíos, si un envío se pierde o resulta dañado, los usuarios deben reportar el problema de inmediato al servicio al cliente o anotarlo en el libro de reclamaciones.

Estos son sólo algunos de los problemas que podrían estar afectando las entregas de encomiendas de Shalom en Perú, es importante destacar que estos problemas no son exclusivos de Shalom y pueden afectar a cualquier empresa de envíos. Para resolver estos problemas, es recomendable que los usuarios se comuniquen directamente con el servicio al cliente de Shalom.

Con base en todo lo expuesto anteriormente, la pregunta sería: ¿Cómo analizar el impacto de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente de la empresa Shalom S.A. de Chimbote para reducir los conflictos de envío que puedan producirse en el traslado del paquete?

En contraste con el problema presentado, la justificación del trabajo se realiza de forma metodológica debido a que este estudio proporciona una oportunidad para aplicar y probar diversas técnicas de investigación en un contexto empresarial, esto incluye la recopilación y análisis de datos cuantitativos y el uso de modelos estadísticos para examinar las relaciones entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario. Además, los hallazgos de este estudio pueden informar el desarrollo de estrategias y políticas de servicio al cliente en Shalom y otras empresas similares.

Así mismo de la justificación práctica de este estudio radica en su potencial para mejorar las prácticas de servicio al cliente en Shalom, al identificar los factores que contribuyen a la satisfacción, puede tomar medidas para mejorar su calidad de servicio, lo que a su vez puede llevar a una mayor satisfacción del cliente, lealtad y retención. Además, este estudio puede ser útil para otras empresas de envío de paquetería que buscan mejorar su propio servicio al cliente.

Finalmente, este estudio tiene una justificación teórica en que contribuye a la literatura académica sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente; Aunque estos temas han sido ampliamente estudiados en diversos contextos, hay relativamente poca investigación que se centre específicamente en las empresas de envío de paquetería en Perú. Por lo tanto, este estudio puede llenar un vacío en la literatura existente y ofrecer nuevos conocimientos sobre la conexión entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en este contexto particular.

Así mismo, el objetivo general es analizar las estrategias para mejorar la calidad de servicio con impacto en la satisfacción del cliente en una empresa de Chimbote. Por otra parte, los objetivos específicos son el de determinar la calidad de servicio de envío

de paquetería en la empresa, el segundo evaluar el grado de satisfacción del cliente con respecto al servicio de envío de paquetería de Shalom por medio del libro de reclamaciones, el tercero es aplicar mejoras a partir de herramientas de ingeniería en base para la eficiencia del servicio y el cuarto evaluar el impacto de las estrategias en la satisfacción del cliente aplicando las mejoras propuestas.

Con respecto a los antecedentes internacionales Molina Salazar et al. (2021) en su investigación sobre la evaluación de la calidad en aplicaciones de delivery se llevó a cabo un estudio cuantitativo utilizando una encuesta basada en varios modelos de medición, como ESQUAL, aplicada a 319 residentes de Guayaquil que utilizan aplicaciones de delivery; Los datos se dividieron en tres grupos: "General", "Uber Eats" y "Otras apps", para evaluar el comportamiento de las variables mediante un Modelo de Ecuación Estructural. La conclusión del estudio indicó que algunas variables, como garantía, relación con la marca y trazabilidad, influyen de manera positiva en la lealtad de los usuarios de las aplicaciones.

Así mismo, Santamaría (2022) menciona en su investigación sobre la optimización de tiempo y su incidencia en la satisfacción del usuario en la Empresa Servicueros S.A. la investigación consideró el transporte y la logística como factores clave para el éxito de cualquier organización; Estos aspectos han ganado gran relevancia en la actualidad y son esenciales en el competitivo, con el objetivo principal de satisfacer al máximo al cliente. Al dar prioridad a estos aspectos, la experiencia del cliente será satisfactoria, lo que permitirá a la empresa ganar confianza y fidelidad, gestionar un servicio y alcanzar la máxima productividad.

Así mismo, en la investigación de Estrella y Cuichan (2020) titulada diseño de un modelo logístico para RAPID SERVICE LTDA, tiene como objetivo diseñar un modelo de eficiencia en la paquetería; Posee un enfoque cualitativo no experimental, realizado mediante un análisis descriptivo con preguntas cerradas para obtener una muestra numérica. Se empleó el método deductivo, concluyendo que la logística moderna requiere un proceso más eficiente para alcanzar competitividad, proponiendo implementar un modelo logístico que incluye un manual de procesos.

Por otra parte, en la investigación de García (2022) titulada como estrategias para una buena experiencia del cliente en la empresa de transporte Deprisa, su objetivo es proponer estrategias para optimizar la experiencia del cliente; Utiliza una metodología cualitativa-cuantitativa de tipo descriptivo, aplicando un muestreo no probabilístico a través de encuestas. Finalmente, se concluyó que las estrategias a implementar por Deprisa deben basarse en el análisis de factores para mejorar la experiencia y desarrollar acciones frente a amenazas que prevengan debilidades en la empresa.

De igual manera, en la investigación de Chimborazo y Macas (2021) titulada plan de mejora en el proceso logístico de la empresa Servientrega – Riobamba, su objetivo fue elaborar un plan estratégico para el proceso logístico; Contó con una metodología cualitativa y cuantitativa, comenzando con el análisis de la situación actual mediante encuestas para identificar la percepción del cliente, fichas de observación para evaluar el cumplimiento de parámetros logísticos y entrevistas a funcionarios. Finalmente, concluyeron que Servientrega S.A. cuenta con tecnología adecuada para el registro y seguimiento de mercancías en sus procesos.

De manera similar, según Al-Swidi y Masood (2020), en su investigación relationship between service quality (SQ), customer satisfaction and customer loyalty in the Saudi retail sector, el estudio empleó un enfoque cuantitativo, recopilando datos de 150

clientes minoristas a través de un cuestionario en línea validado, revelando que la satisfacción del cliente desempeña un papel mediador entre la calidad del servicio y la lealtad del cliente, subrayando la importancia de mejorar la satisfacción para fomentar la lealtad. Concluyó que no se encontraron diferencias en las actitudes de los clientes hacia SQ en la satisfacción y lealtad.

Por otra parte, según Singh, Kumar y Kataria (2023), en su estudio titulado *the relationship between e-CRM (electronic customer relationship management) and customer loyalty in the Indian private healthcare sector*, su objetivo establece que hay una asociación positiva directa entre el e-CRM y variables como la confianza del cliente, aunque la influencia en la lealtad es compleja. Concluyeron que la satisfacción media completamente el impacto del e-CRM en la lealtad a través de los costos de cambio, resaltando la interacción de factores de la fidelidad en los clientes en el sector sanitario.

En cuanto a Ha, Nguyen y Doan (2023), en su investigación *the mediating effects of switching costs on service value, service quality, customer satisfaction and customer loyalty in the private healthcare industry from Ho Chi Minh City, Vietnam*, menciona que los hallazgos respaldan relaciones positivas entre todas las variables indica que en el contexto del sector sanitario privado, se descubrió que PSC y FSC median parcialmente la relación entre satisfacción y lealtad del cliente, la relación entre valor del servicio y lealtad del usuario. Concluyeron que estos hallazgos resaltan la naturaleza multifacética de la lealtad del cliente.

Por otro lado, en el entorno nacional, Saurin Satalaya y Pomar Saavedra (2020) realizaron una investigación sobre la relación de la calidad de servicio y capacidad de respuesta al cliente en M & R Servicios Postales S.R.L, San Martín 2020, con el objetivo de determinar la relación entre la calidad y la capacidad de atención al cliente. La muestra fue de 30 clientes en la cual se empleó una encuesta como técnica e instrumento para la recopilación de datos, y se acepta la hipótesis que establece que hay una relación entre la calidad y la respuesta al cliente en M&R Servicios Postales S.R.L.

Por otro lado, en el entorno nacional, Saurin Satalaya y Pomar Saavedra (2020) realizaron una investigación sobre la relación entre la calidad de servicio y la capacidad de respuesta del usuario en M & R Servicios Postales S.R.L, San Martín, su objetivo fue establecer la relación entre variables, la investigación fue aplicada, no experimental, la muestra fue de 30 clientes de la empresa, y se utilizó una encuesta. Los resultados corroboraron la hipótesis de que existe una relación entre la calidad del servicio y la capacidad de respuesta hacia el usuario en la empresa.

De la misma forma, Ramirez Encalada y Ramirez Litano (2023) investigó sobre la influencia de la gestión logística en la satisfacción, Se ha calculado un coeficiente de 0,321 y un nivel de significancia de 0,00; Estos hallazgos presentan que hay una correlación positiva, aunque débil, entre las dos variables analizadas. Concluyó en su estudio muestra que la gestión logística tiene una influencia significativa en la satisfacción del usuario en la empresa Empresarial S.A.C.

Por otro lado, Díaz y Sánchez (2020) investigaron la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la empresa de transportes Ángel Divino S.A.C, Chiclayo, su objetivo fue determinar esta relación, utilizando una metodología no experimental transeccional basada en los clientes anuales de 2020. Los resultados concluyeron que existe una conexión óptima entre la calidad de servicio y el cliente. Concluyeron que el

programa de mejora de la calidad tuvo un impacto significativo en los ámbitos sociales y organizacionales.

La investigación de Rivera (2020) en Consorcio Fredy reveló una alta correlación entre la calidad y el cliente, con un Spearman de 0.783, se evaluaron factores como fiabilidad, seguridad y empatía; Los resultados, basados en encuestas Likert aplicadas a 90 clientes, mostraron una correlación alta entre estos factores y la satisfacción del cliente, se usaron dos cuestionarios con un total de 70 ítems. Se llegó a la conclusión de que todos los factores analizados guardan una relación con la satisfacción.

Así mismo, Ramírez (2020) realizó una investigación sobre la propuesta de gestión para aumentar la eficiencia en el área de reparto en Courier S.R.L, el objetivo fue mejorar la eficiencia a través de dicha propuesta. Utilizó una metodología aplicativa y un diseño no experimental, utilizando como muestra los registros históricos de entregas desde el 28 de noviembre de 2019 hasta el 15 de enero de 2020, como resultado, se logró una reducción del costo de entrega. Finalmente, se concluyó que el método aplicado incrementó la eficiencia y redujo los costos de reparto por distrito.

Por otra parte, Bolívar (2020) realizó una investigación titulada calidad de servicio y su relación con la satisfacción de Olva Courier Arequipa, cuyo objetivo fue establecer dicha relación, el estudio fue cuantitativo, y utilizó una muestra censal de 288 clientes, se emplearon encuestas y cuestionarios para ambas variables, bajo una metodología no experimental de naturaleza descriptivo-correlacional. Concluyo que existe una conexión significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, con una confiabilidad de 0.899, lo que respalda la satisfacción de los clientes.

Así mismo, Córdova Ávalos y Gastelumendi Obregón (2021) investigaron la relación entre la gestión de calidad y la satisfacción en la Empresa de Transportes 11 S.A., se empleó una metodología correlacional y un diseño no experimental de tipo transversal, su muestra estuvo compuesta por 366 pasajeros de la empresa, los resultados de Chi cuadrado de 0.000, inferior a 0.05. Concluyo que persiste una relación significativa entre la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Por otra parte, Cipriano (2019) investigó la relación entre la calidad y la satisfacción en Financiera Qapaq con un enfoque correlacional cuantitativo. Los datos presentan que los clientes expresan su satisfacción con el ambiente y las medidas de seguridad, aunque existen opiniones divididas sobre la rapidez de atención y la capacitación del personal, finalmente concluyeron reveló que aspectos como tangibilidad, tiempo de respuesta, seguridad, confiabilidad y empatía están significativamente relacionados con la satisfacción.

En consecuencias, el estudio de López y Monzón (2022) sobre la empresa vehicular Chavín Express en Chimbote tenía como objetivo analizar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, con un enfoque cuantitativo, se utilizó un cuestionario aplicado a 65 clientes. Concluyo de que hay una correlación positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa de transportes Chavín Express.

De manera similar, Martínez y Tongombol (2022) investigaron la relación entre calidad y satisfacción en la empresa Acquazen, en su estudio correlacional con una muestra de 220 personas, encontraron un coeficiente de Spearman de 0.726, mostrando una correlación positiva media. Confiaron en la técnica de encuestas y entrevistas, y recomendaron optimizar el servicio de postventa para enriquecer la experiencia del

consumidor. Concluyeron que la calidad y la satisfacción del cliente en la empresa Acquazen están positivamente correlacionadas, con una correlación media.

Por su parte, Zarate y Contreras (2024) en su investigación titulada calidad del servicio y satisfacción en la empresa Olva Courer en Chimbote, en la cual aplicó encuestas a 68 usuarios y encontró una correlación positiva considerable (Rho de Spearman de 0.575), los resultados señalaron que al elevar la calidad del servicio, la satisfacción también se incrementa, lo que resalta la importancia de mantener altos estándares en las dimensiones de calidad del servicio. Se concluyó que mejorar estas dimensiones de calidad del servicio conduciría a un aumento en la satisfacción.

En cuanto a las bases teóricas, el plan de entrega de la agencia en el trabajo se define como elementos que contribuyen a la eficacia y eficiencia de la agencia en su realización de sus tareas, la eficiencia en la entrega de última milla es clave para la satisfacción del cliente con el fin de saber si está en el camino correcto, para ellos es importante tener una visión de la cadena de suministro en tiempo real, esa información puede ayudar en el KPI (Tonder, 2021, p. 56).

De manera similar, en relación con la variable de calidad, se define como las acciones que evalúan el nivel en que las cualidades de un producto o servicio satisfacen las necesidades o expectativas del cliente, las cuales pueden ser tanto implícitas como obligatorias, la calidad es la valoración que realiza el cliente de un bien, resultando que los clientes quedan satisfechos cuando se cumplen o superan sus expectativas (Pulido, 2020).

En ese mismo sentido, con respecto a la mejora de satisfacción son medidas que se desempeñan principalmente para los plazos de entrega en la distribución de mercancías, lo cual es imprescindible el aumento de la eficiencia y la satisfacción en cualquier empresa logística. Siendo su objetivo la calidad y servicio dentro de la paquetería a fin de obtener mejora en la felicidad del cliente, lo que a su vez puede llevar a un aumento en la lealtad del cliente (Córdova, 2021, p. 26).

En relación a lo anterior, existen algunas reglas que son esenciales para cualquier empresa ya que rigen su funcionamiento interno, estas reglas deben ser justas, conocidas por todos los trabajadores, cumplir con los objetivos laborales, ser coherentes, alinearse con los valores comerciales y ayudar a garantizar la confianza y la productividad de los empleados. Estos estándares ayudan a mantener un ambiente de trabajo seguro, productivo y armonioso y aumentan la eficiencia y la moral de la empresa (Castel, 2021, p.22).

Por otro lado, los gerentes deben cultivar una cultura centrada en el cliente y alentar a los empleados a centrarse en el cliente, los empleados ganen empatía, atención y ganas de ayudar, lo que inspira a los clientes a compartir sus experiencias y regresar a la empresa. El objetivo de una organización orientada al cliente es apoyar los empleados para garantizar la calidad de servicio requerida (Díaz y Sanchez, 2020, p.6)

Una vez analizado el caso presentamos la siguiente hipótesis de estudio que determina que si en la empresa Shalom, existe una relación positiva entre la calidad del servicio de envío de paquetería y la satisfacción del cliente, por lo que se espera que una mayor calidad del servicio de envío de paquetería resulte en una mayor satisfacción del cliente.

Nuestra hipótesis indica que las mejoras en la calidad del servicio de envío de paquetería (variable independiente) tendrán un impacto positivo en la satisfacción del cliente (variable dependiente), esto podría manifestarse en varios aspectos, como

tiempos de entrega más rápidos, menos paquetes perdidos o dañados y un mejor servicio al cliente. Sin embargo, esta hipótesis debe ser probada mediante la recopilación y análisis de datos relevantes.

II. MÉTODO

Tipo de investigación

En relación con el desarrollo del trabajo, se optó por la investigación aplicada, ya que está enfocada en abordar un problema específico y en incorporar información sobre fenómenos ya conocidos (Rebollo y Ábalos, 2022).

Por esta razón, se llevará a cabo un estudio a partir de los datos obtenidos por el libro de reclamaciones dentro de un periodo de tres meses las entregas recibidas por el cliente, esto con el fin de mejorar la calidad del servicio para conseguir una mayor satisfacción del cliente.

En cuanto al enfoque de investigación se refiere a la estrategia o método que seleccionas para abordar una pregunta o resolver un problema particular en tu estudio.

Para nuestro trabajo se escogió el enfoque cuantitativo siendo es fundamental en la investigación porque permite la recopilación de datos numéricos para obtener resultados objetivos y generalizables. Este enfoque se fundamenta en la cuantificación, el conteo y, a menudo en la aplicación de estadísticas para identificar de manera precisa los patrones de comportamiento dentro de una población.

La importancia del enfoque cuantitativo radica en su capacidad para proporcionar resultados objetivos y verificables sobre fenómenos sociales, humanos o naturales; Permite tendencias y relaciones entre variables, nos ayuda a obtener conclusiones basadas en evidencia empírica. Además, disminuye la posibilidad de que los resultados de la investigación estén influenciados por sesgos y facilita la predicción de ciertos comportamientos (Casteel y Bridier, 2021).

Aplicar el enfoque cuantitativo en el análisis de un libro de reclamaciones puede ser muy beneficioso para Shalom, al utilizar técnicas estadísticas, se pueden identificar patrones y tendencias en las quejas de los clientes, entender las principales áreas de insatisfacción y obtener información valiosa para mejorar la calidad. Su aplicación en el análisis de un libro de reclamaciones puede proporcionar a Shalom información valiosa para mejorar su servicio y aumentar la satisfacción del usuario.

Diseño

En cuanto al diseño de investigación trabajaremos con una experimental del tipo de preexperimental en el que el investigador manipulara las variables de estudio, en la que el investigador manipula la variable independientes para observar y medir sus efectos sobre la variable dependiente, mientras controla otras variables externas que pueden afectar en los resultados, siendo realmente útiles para obtener una comprensión inicial y exploratoria de las relaciones entre variables, así mismo reduce la posibilidad de sesgos y aumenta la validez interna del estudio, permitiendo conclusiones más precisas sobre las relaciones causales (García, 2019).

Para nuestro caso de estudio partiremos de lo que hemos observado en una situación que ya se encuentra establecida, como es el caso de la calidad de la paquetería de la empresa Shalom, viéndose reflejada en la felicidad del cliente. Por otra parte, también

trabajamos con un gráfico de diseño de investigación la cual toma en consideración las variables de estudios para detallar su método de medición y los resultados esperados, este mismo se encuentra en el Anexo N° 1.

En cuanto a las variables de estudio, nuestra variable independiente es de la calidad de servicio de paquetería, en cambio la variable dependiente es la satisfacción del cliente. Asimismo, en el Anexo N° 2 se presentará la tabla de operacionalización de variables, en la cual se abordaron otros aspectos relacionados con el estudio de las variables.

Población

Por otra parte, en cuanto a la población y muestra de nuestro proyecto, esta se constituye en el total de órdenes registradas en el libro de reclamaciones por la empresa Shalom S.A., en la cual para nuestro informe de estudio se usará el registro de 3 meses para información más válida, siendo estas de julio, agosto y septiembre.

La población es todas las entregas que tuvieron un defecto al ser recibidas por él cliente, entre las cuales abarca cartas, documentos y paquetes. Por ende, para la investigación se tomó el número total de paquetes registrados que tuvieron defectos en el envío. Al escoger este no consideró los demás envíos debido a que los paquetes tienden a tener productos de alto valor.

A continuación, se presentará nuestra tabla de técnicas de instrumentos de recolección de datos:

	Técnica	Instrumento	Fuente
Satisfacción	Análisis documentario	Registro de reclamos	Libro de reclamaciones
Tiempo de entrega	Recolección de datos	Formato de eficiencia	

Tabla 1. *Técnicas de instrumentos de recolección de datos*

La técnica de recolección documental es un método cualitativo que se enfoca en recopilar y seleccionar información mediante el análisis de documentos, libros, revistas, filmaciones y bibliografías (WEBB, 2023).

La técnica de recolección documental es usada para la recolección cuantitativa de datos, como la cantidad de reclamos en un libro de reclamaciones. Aunque esta técnica es comúnmente asociada con la investigación cualitativa, también puede ser aplicada en un contexto cuantitativo.

En el caso de un libro de reclamaciones al ser nuestro instrumento de recolección de datos, puedes utilizar la técnica de recolección documental para contar el número total de reclamaciones, así como para categorizar y cuantificar los tipos de reclamaciones (por ejemplo, problemas con la entrega, problemas con el producto, etc.). Esta información cuantitativa puede ser muy útil para identificar patrones y tendencias, y para informar las decisiones de gestión en la empresa Shalom.

En cuanto a las técnicas de análisis de datos, según el registro del libro de reclamaciones obtuvimos que en los anteriores 3 meses y estos son los siguientes; En el mes de julio se registró un total de 46 empaques de mal estado, en septiembre fue de 38 y en agosto fue donde se registró una mayor cantidad de paquetes dañados siendo de 60.

Esto fue debido a un mal seguimiento de envíos, el retraso en las actualizaciones de la información, por problemas técnicos que pueda estar fuera de servicio y por pérdida o daño de envíos en la que, si por alguna razón un envío con Shalom se pierde o resulta dañado, los usuarios deben reportar el problema de inmediato al servicio al cliente o repartirlo en el libro de reclamaciones.

Objetivos específicos	Técnica	Instrumento	Resultado
Determinar la calidad de servicio de envío de paquetería en la empresa.	Recolección de Datos	Registro de calificación de servicio.	Analizar las problemáticas que se acontecen en la organización.
Evaluar el grado de satisfacción del cliente con respecto al servicio de envío de paquetería de Shalom por medio del libro de reclamaciones.	Registro de reclamos	Registro de entregas Registro del estado deplorable del empaque del producto. Registro de la descompostura del producto.	Análisis inicial del servicio de la empresa shalom.
Aplicar mejoras a partir de herramientas de ingeniería en base para la eficiencia del servicio.	Análisis documental	Cronograma de Actividades para Mejorar la Empaquetadura en Shalom Método de rutas más cortas Método de análisis PERT-CTM	Se aplicará las herramientas de capacitación dentro de la organización.
Evaluar el impacto de las estrategias en la satisfacción del cliente aplicando las mejoras propuestas.	Análisis de datos	Registro de calificación de servicio post test Análisis de los datos en el cuadro comparativo	Se comparará el servicio inicial y final.

Tabla 2. Técnicas de análisis de datos

En relación con los aspectos éticos, se consideró el documento de resolución del consejo universitario Nro. 470-2022/UCV, el código de la Universidad. También se tuvo en cuenta la norma ISO 690, que asegura el respeto a los lineamientos y la originalidad de los autores citados. Se utilizaron diversos estudios previos, con el objetivo de que el trabajo mantenga un enfoque en el respeto y se adhiera al código anti plagio, garantizando la originalidad del producto.

Además, se examinaron diferentes puntos del artículo que demuestra el uso apropiado de la información, destacando el artículo N° 6, que menciona la importancia de la honestidad y la necesidad de evitar cualquier tipo de copia total o parcial de los trabajos de otros autores. También se hizo referencia al artículo N° 7, que enfatiza el rigor científico necesario para obtener datos verídicos a partir de la investigación, los cuales deben ser incorporados en el trabajo. Finalmente, se consideró el artículo N° 16, que establece la reserva de los derechos de autor, aplicando los términos morales y patrimoniales según el reglamento.

Por otro lado, se tuvieron en cuenta los principios de libertad, dado que la redacción de ideas y datos estadísticos proviene de los propios estudiantes, quienes, mediante análisis estadísticos, lograron obtener las cifras necesarias para sustentar sus argumentos. El propósito del trabajo es ofrecer soluciones relacionadas con la calidad del servicio de empaquetado de la empresa Shalom, con el fin de lograr una satisfacción positiva del cliente. En cuanto a la justicia, se desarrolló el contenido sin contradecir ideologías o culturas, respetando las opiniones ajenas.

Se implementaron estrategias y herramientas para verificar la integridad del trabajo, entre las cuales se incluyó Turnitin, para comprobar que nuestras afirmaciones o conceptos no presenten un alto porcentaje de plagio.

III. RESULTADOS

En cuanto al análisis de los datos, una vez analizado el libro de reclamaciones de la empresa, desarrollamos nuestra base de datos, en la cual sintetizamos la información dispersa o lo más relevante para el desarrollo del informe.

Se identificó que las principales causas por las cuales el servicio en estos 3 primeros meses del año 2024 ha sido deficiente, en la cual se ve destacado el retraso de la entrega del producto, el estado deplorable del empaque del producto al llegar al destino, la descomposición del producto, así mismo se llegó a obtener la calificación del servicio durante el mes de julio, agosto y septiembre.

3.1. Determinar la calidad de servicio de envío de paquetería en la empresa Shalom

En función al primer objetivo del informe de determinar la calidad de servicio de envío de paquetería en la empresa Shalom, se tomarán a continuación, a partir del análisis de resultados obtenidos teniendo en cuenta el libro de reclamación en función a los aspectos negativos del servicio que serán tomados como registros, para ello tomaremos en cuenta la opinión de los clientes en función a los meses registrados en base las calificaciones que la misma empresa que presenta para ver su eficiencia de su servicio.

A continuación, presentamos el resumen de los hallazgos más destacados del registro, que incluyen las percepciones de los clientes sobre si consideraron el servicio como bueno, regular o malo.

Calificación del servicio						
Calificación	Julio		Agosto		Septiembre	
	N°	%	N°	%	N°	%
Malo	24	52	26	43	18	47
Regular	22	48	34	57	20	53
Bueno	0	0	0	0	0	0
TOTAL	46	100	60	100	38	100

Tabla 3. Registro de la calificación de servicio del mes de julio, agosto y septiembre

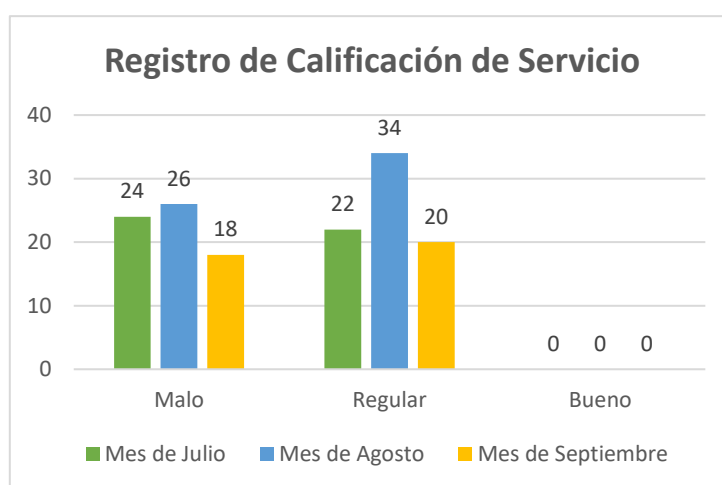


Figura N°1. Registro de la calificación de servicio

Analizando los datos presentados, se observa una tendencia preocupante en la calificación del servicio de la empresa Shalom durante los tres meses evaluados. Comparando los meses, agosto se presenta como el más crítico, aunque tuvo el mayor número de encuestados (60 personas), revela una elevada insatisfacción con el servicio, ya que el 43% (26 personas) lo calificaron como malo. Aunque el 57% (34 personas) lo calificaron como regular, esta mayoría sugiere que el servicio cumplió apenas con las expectativas básicas sin destacar.

Por otra parte, aunque agosto tuvo el mayor número de encuestados que calificaron el servicio como malo, el porcentaje más alto de insatisfacción se registró en julio con un 52% (24 personas). Además, en julio, el menor porcentaje de encuestados 48% (22 personas) calificó el servicio como regular, indicando una mayor proporción de insatisfacción en comparación con los otros meses. Por lo tanto, julio se presenta como el mes más crítico para la empresa en términos de la calidad del servicio.

Estos resultados indican que Shalom enfrenta serios desafíos en la prestación de su servicio, con una urgente necesidad de mejoras, especialmente destacando que en ninguno de los tres meses recibió una calificación positiva.

En cuanto al segundo objetivo para evaluar el grado de satisfacción del cliente con respecto al servicio de envío de paquetería de Shalom por medio del libro de reclamaciones, se tendrá que trabajar en función a los registros de retraso de entrega,

el estado deplorable del empaque del producto y descompostura del producto, del registro de los 3 meses.

3.2. Evaluar el grado de satisfacción del cliente con respecto al servicio de envío de paquetería de Shalom por medio del libro de reclamaciones

Meses	Retraso de entregas		Estado deplorable del empaque del producto		Descompostura del producto	
	N°	%	N°	%	N°	%
Mes de Julio	22	29	13	21	19	23
Mes de Agosto	36	47	35	56	45	56
Mes de Septiembre	18	24	14	23	17	21
TOTAL	76	100	62	100	81	100

Tabla 4. Registro de la gestión de envíos

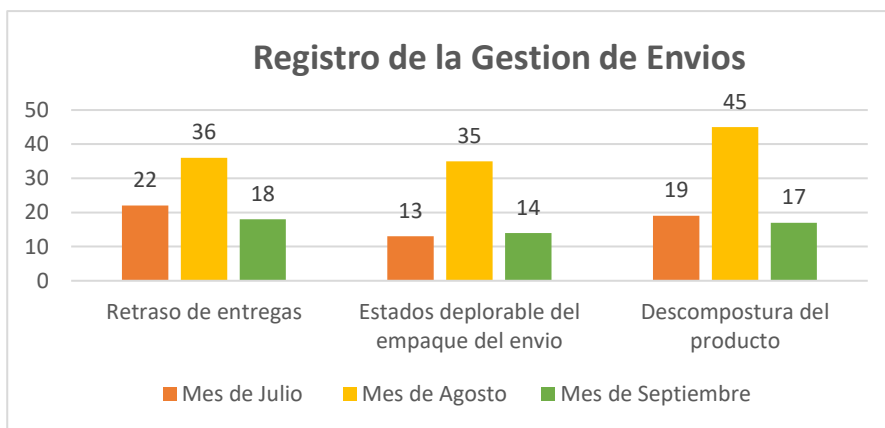


Figura N°2. Registro de la gestión de envíos

En cuanto al segundo objetivo, analizando los datos proporcionados, se observa un patrón preocupante en la calidad del servicio de Shalom durante los últimos tres meses. En agosto es el mes más perjudicial en todas las categorías, retrasos en las entregas con 47% (36 personas), estado deplorable de los empaques con 56% (35 personas), y descompostura del producto cuenta con 56% (35 personas).

Estos datos indican problemas significativos en la gestión logística y manejo de productos durante este período, sugiriendo una necesidad urgente de mejoras en estos procesos para asegurar la calidad del servicio.

Esto no solo aumenta los costos de reemplazo y devolución, sino que también daña la reputación de la empresa, ya que los clientes recibirán productos en condiciones inaceptables. A largo plazo, estos problemas pueden llevar a una disminución en la

lealtad del cliente y a un impacto negativo en la imagen de la marca, haciendo que los clientes busquen alternativas más confiables.

3.3. Aplicar mejoras a partir de herramientas de ingeniería en base para la eficiencia del servicio.

En cuanto al tercer objetivo viendo el panorama de la empresa Shalom esta se enfrenta a un problema crítico relacionado con el estado deplorable del empaque de los productos y la descompostura de los mismos durante el transporte. Para abordar estos desafíos, es esencial implementar un programa integral de mejora del empaquetado y manejo de productos. El objetivo principal es garantizar que los productos lleguen a su destino en perfecto estado, sin roturas ni daños, mejorando así la satisfacción del cliente y la reputación de la empresa.

Por consiguiente, este esfuerzo se fundamenta en la necesidad de mejorar la eficiencia operativa y la calidad del servicio. Al involucrar a todos los operarios en el proceso, se busca fomentar un sentido de responsabilidad y colaboración, asegurando que cada miembro del equipo entienda la importancia de su rol en la cadena de suministro. Además, este enfoque integral permitirá aplicar metodologías de mejora continua y control de calidad, reflejadas en el registro de calificaciones de octubre, para monitorear y evaluar el progreso de las iniciativas implementadas.

Por otra parte, en un mes la empresa Shalom puede ver resultados significativos mediante la capacitación adecuada, la implementación de herramientas y técnicas de embalaje avanzadas, y el seguimiento continuo del rendimiento. Este enfoque estratégico no solo resolverá los problemas actuales, sino que también establecerá una base sólida para la mejora continua y la excelencia operativa.

Esta misma se trabajará en un periodo de un mes, en los días laborables de la empresa Shalom en Chimbote, con el fin de ver los resultados en el siguiente periodo de registro de Libro de reclamación en el mes de octubre.

Horas de Trabajo: 8:00 AM - 7:30 PM				Herramientas/Técnicas Utilizadas
Envíos Realizados: 11:00 AM y 4:00 PM				
Hora	Actividad	Responsable		
8:00 AM	Inicio de Jornada y Revisión de Equipos	Todo el Personal		Revisión y mantenimiento de dispensadores de cinta, máquinas de relleno de aire, cortadoras de cajas, impresoras de etiquetas, escáneres de código de barras, y transpaletas.
8:30 AM	Capacitación Diaria	Supervisores de Empaque	de	Capacitación en mejores prácticas de empaquetadura, uso de nuevas herramientas y técnicas de embalaje.
9:00 AM	Empaque de Productos para el Primer Envío	Personal Empaque Embalaje	de y	Dispensadores de cinta, máquinas de relleno de aire, cortadoras de cajas, medidores de peso y dimensiones, impresoras de etiquetas, y escáneres de código de barras.
10:30 AM	Control de Calidad y Supervisión	Supervisores de Empaque	de	Inspección visual, pruebas de resistencia a compresión, vibración y caída.
11:00 AM	Primer Envío del Día	Personal Logística	de	Carga de productos en transpaletas manuales y eléctricas, y carretillas elevadoras para el envío a las ubicaciones asignadas.
11:30 AM	Revisión y Ajustes Posteriores al Envío	Supervisores de Empaque	de	Evaluación de la eficiencia del proceso, análisis de posibles daños, y ajustes en técnicas de empaquetadura.
12:00 PM	Almuerzo	Todo el Personal		No se realiza ninguna actividad

1:00 PM	Empaque de Productos para el Segundo Envío	Personal Empaque Embalaje	de y	Uso de máquinas de envoltura con plástico de burbujas, desintegradores de espuma, y aplicadores de cinta automáticos para aumentar la eficiencia.
2:30 PM	Control de Calidad y Supervisión	Supervisores de Empaque	de	Inspección visual, pruebas de resistencia a compresión, vibración y caída.
3:30 PM	Análisis de Causa Raíz y Mejora Continua	Equipo de Calidad y Supervisores		Diagrama de Ishikawa, Control Estadístico de Procesos (SPC), y metodologías Lean y Six Sigma para identificar y solucionar problemas recurrentes en los empaques.
4:00 PM	Segundo Envío del Día	Personal Logística	de	Carga de productos en transpaletas manuales y eléctricas, y carretillas elevadoras para el envío a las ubicaciones asignadas.
4:30 PM	Revisión y Ajustes Posteriores al Envío	Supervisores de Empaque	de	Evaluación de la eficiencia del proceso, análisis de posibles daños, y ajustes en técnicas de empaquetadura.
5:00 PM	Gestión de Inventario y Preparación para el Siguiete Día	Personal Inventario Logística	de y	Software de gestión de inventario (ERP), Just-in-Time (JIT) Inventory, y tecnología RFID y de código de barras para asegurar la disponibilidad y correcta gestión de productos.
6:00 PM	Capacitación en Nuevas Herramientas y Técnicas de Empaque	Supervisores y Técnicos de Embalaje	y de	Capacitación en el uso de sistemas de empaque automatizados, involucradas automáticas de palets, máquinas de sellado de cajas, y materiales de empaque avanzados.
7:00 PM	Mantenimiento de Equipos y Cierre de Jornada	Personal Mantenimiento	de	Revisión y mantenimiento de todos los equipos de empaquetadura y manipulación para asegurar que estén en buen estado de funcionamiento para el siguiente día.
7:30 PM	Fin de la Jornada	Todo el Personal		No se realiza ninguna actividad

Tabla 5. Cronograma de Actividades para Mejorar la Empaquetadura en Shalom

Implementar estas herramientas y técnicas puede mejorar significativamente la eficiencia y la seguridad del proceso de embalaje y envío de productos medianos y pequeños en la empresa Shalom.

Así mismo se ha propuesto la implementación del registro de las rutas más cortas, la cual tiene la tarea de encontrar el camino más corto o eficiente entre dos puntos en un grafo o red 123. Este problema se resuelve comúnmente utilizando el algoritmo de Dijkstra. El algoritmo de Dijkstra es un método que permite encontrar la ruta más corta desde un nodo origen a todos los demás nodos en un grafo, este algoritmo es muy útil en situaciones de la vida real, como encontrar la ruta más rápida en un sistema (Golenko, 2020).

Para poder determinar cuál fue el estado de la empresa inicia del envío desde lima a Chimbote en la parte de envíos , lo primero que evaluamos fue las causas generales que dieron origen a la alta cantidad de dinero que se gastaba en el transporte de los productos mediante el uso del “árbol de decisiones” donde se encontraron indicios de la ruta, la cantidad de paradas de mantenimiento , paradas de lugares de peaje, falta de capacitación y mejora de los sistemas del vehículo junto con inspecciones

Por otro lado, se pretende evaluar que tan estable se encuentra el proceso de envío del producto y de su ruta, para esto se realizó un diagrama de la ruta utilizada logrando contestar el objetivo de Rutas más cortas.

Se determinó una muestra de 14 puntos de paradas como de rutas terminando desde lima a Chimbote durante los días de envío los cuales varían en cada entrega, los parámetros de los meses, que sumando los puntos de las rutas para poder obtener el

que menor valor de cada S, la cual es la letra que usaremos para nombrar los puntos de avance de cada una de nuestras rutas.

Primero empezamos que el problema se divide en 6 etapas claves para su resolución la primera etapa sería las rutas de S6 es de que los primeros puntos son el 1 y 2 los cuales en el 1 nos dan los valores repetidos del 9 y mientras que en el 2 nos dan los valores también repetidos de 2 dando como resultados del 2 dando menor punto de avance, la de S5.

En esta etapa no existe la ruta (2 - 5; 1 - 4), por lo tanto, solo podemos movernos a (5, 3,4) es de 17,7,11, la de S4. Por otra parte, en la etapa 4, estando en el S4 podemos movernos a (6, 7 ,8), son de 11,15, 13, la de S3 la cual es la etapa 3, no existirá la ruta (6 - 11; 8 - 9), por lo tanto, estando en S3 nos moveremos a (9, 11), las cuales son de 16 y 21, de S2

Seguidamente en la etapa 2, en la penúltima etapa no existirá la ruta (10 - 11; 9 - 12), por lo tanto, estando en S3 nos moveremos a (10, 12), en la cual de 29 y 25 de S1 es de 26, pudiendo determinar este como la ruta más corta para un mejor recorrido el transporte de los paquetes.

Revisor	Estado	Notas
S6	9 Y 2	
S5	17, 7 Y 11	
S4	11, 15 Y 13	
S3	16 Y 21	
S2	29 Y 25	
S1	26	La cual sería la ruta ideal

Tabla 6. Análisis de recorrido de los paquetes de lima a Chimbote

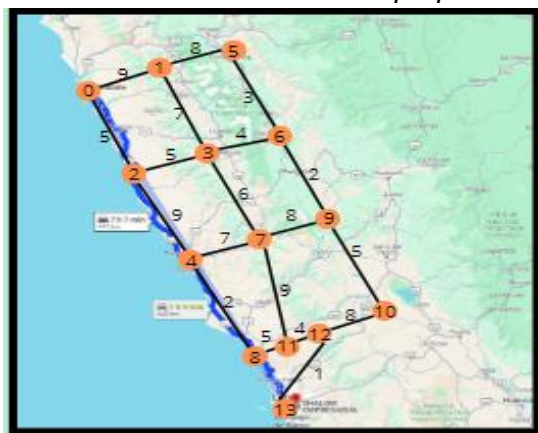


Figura N°3. Análisis de recorrido de los paquetes de lima a Chimbote

Para poder determinar cuál fue el estado de la empresa inicia del envío desde Trujillo a Chimbote en la parte de envíos , lo primero que evaluamos fue las causas generales que dieron origen a la alta cantidad de dinero que se gastaba en el transporte de los productos mediante el uso del “árbol de decisiones” donde se encontraron indicios de la ruta, la cantidad de paradas de mantenimiento , paradas de lugares de peaje, falta de capacitación y mejora de los sistemas del vehículo junto con inspecciones.

Por otro lado, se pretende evaluar que tan estable se encuentra el proceso de envío del producto y de su ruta, para esto se realizó un diagrama de la ruta utilizada logrando

contestar el objetivo de Rutas más cortas. Se determinó una muestra de 14 puntos de paradas como de rutas terminando desde lima a Chimbote durante los días de envío los cuales varían en cada entrega.

Los parámetros de los meses muestran que, al sumar los puntos de las rutas, se puede identificar el valor mínimo para cada etapa (S). Este valor mínimo será representado por una letra, la cual utilizaremos para nombrar los puntos de avance de cada ruta.

El problema se resolvió dividiéndolo en seis etapas fundamentales, avanzando en cada una por la ruta con el menor valor para optimizar el recorrido. En la etapa 6, se presentaron dos opciones iniciales, el de moverse al nodo 1, con un valor de 8, o al nodo 2, con un valor de 2, dado que el valor más bajo era 2, se eligió esta opción para continuar hacia la siguiente etapa.

Al llegar a la etapa 5, no fue posible utilizar las rutas entre los nodos 2 y 5 ni entre los nodos 1 y 4, lo que limitó las opciones a los nodos 5, 3 y 4, con valores de 11, 11 y 12, respectivamente, cualquiera de los nodos con valor 11 representó una buena opción, por lo que se eligió uno de ellos para continuar el avance. En la etapa 4, se abrieron tres alternativas la cuales fueron el de avanzar hacia los nodos 6, 7 u 8, con valores de 11, 14 y 20, siguiendo la lógica de seleccionar el menor valor, se optó por el nodo 6 con valor 11.

Durante la etapa 3, no fue posible seguir por las rutas entre los nodos 6 y 11 ni entre los nodos 8 y 9, las únicas opciones disponibles fueron los nodos 9 y 11, cuyos valores eran 15 y 19, por ello se eligió el nodo 9 por ofrecer el menor costo. En la penúltima etapa 2, tampoco estuvieron disponibles las rutas entre los nodos 10 y 11 ni entre los nodos 9 y 12. Las opciones restantes fueron los nodos 10 y 12, con valores de 17 y 24. En este caso, se eligió el nodo 10, ya que tenía el menor valor.

Finalmente, en la etapa 1, el nodo presentó un valor de 25, al completar el recorrido y analizar las opciones disponibles en cada etapa, se determinó que esta fue la ruta más corta posible, guiada por los valores mínimos en cada paso. Esta selección garantizó un transporte eficiente de los paquetes, minimizando los costos y asegurando que se eligiera siempre la mejor ruta disponible.

Con esta secuencia, podemos determinar que esta es la ruta más corta, por lo tanto, se concluye que la ruta seleccionada es la mejor opción disponible, siendo esta la variable principal que guía la elección.

Revisor	Estado	Notas
S6	8 y 2	
S5	11, 11 y 12	
S4	11, 14 y 20	
S3	15 y 19	
S2	17 y 24	
S1	25	<i>La cual sería la ruta ideal</i>

Tabla 7. Análisis de recorrido de los paquetes de Trujillo a Chimbote



Figura N°4. Análisis de recorrido de los paquetes de Trujillo a Chimbote

Para poder determinar cuál fue el estado de la empresa inicia del envío desde Cajamarca a Chimbote en la parte de envíos, lo primero que evaluamos fue las causas generales que dieron origen a la alta cantidad de dinero que se gastaba en el transporte de los productos mediante el uso del “árbol de decisiones” donde se encontraron indicios de la ruta, la cantidad de paradas de mantenimiento, paradas de lugares de peaje, falta de capacitación y mejora de los sistemas del vehículo junto con inspecciones

Por otro lado, se pretende evaluar que tan estable se encuentra el proceso de envío del producto y de su ruta, para esto se realizó un diagrama de la ruta utilizada logrando contestar el objetivo de Rutas más cortas.

Se determinó una muestra de 14 puntos de paradas como de rutas terminando desde Lima a Chimbote durante los días de envío los cuales varían en cada entrega, los parámetros de los meses se vieron que las rutas de S4 es de 7 y 5, de S3 es de 16,9 y 13, de S2 es de 13 y 19, de S1 es de 20 pudiendo determinar este como la ruta más corta la cual es la variable principal por lo cual que considero que la ruta tomada ahora es la mejor.

Revisor	Estado	Notas
S4	7 y 5	
S3	16,9 y 13	
S2	13 y 19	
S1	20	<i>La cual sería la ruta ideal</i>

Tabla 8. Análisis de recorrido de los paquetes de Cajamarca a Chimbote



Figura N°5. Análisis de recorrido de los paquetes de Trujillo a Chimbote

Por otra parte, también se consideró la implementación del método PERT-CTM (Program Evaluation and Review Technique - Critical Path Method), siendo una herramienta de gestión de proyectos que se utiliza para planificar, organizar y coordinar tareas dentro de un proyecto (Golenko, 2020).

Por lo tanto, es una técnica estadística que analiza los tiempos de las tareas de un determinado proyecto, esta técnica emplea una distribución de probabilidad con base en tres tiempos a cada actividad: Tiempo Optimista, Medio y Pesimista.

Se utiliza mayormente en proyectos de investigación donde no se tiene data histórica de referencia para definir los tiempos de cada tarea.

Para que podamos conseguir la ruta de envío y poder aumentar las posibilidades de poder tener un resultado deseado se está aplicando la herramienta de análisis perc-ctm. Como fue el resultado de las rutas de trabajo y de cómo fue el nivel de mejora de la empresa. Lo que se evaluó principalmente fueron los riesgos de los trabajos, de los envíos y de la mala gestión del sistema de paquetería mediante el análisis de las operaciones en donde se observan los datos recolectados de los trabajos de lima -trujillo -cajamarca.

Se ha identificado una ruta crítica clara y ha proporcionado una guía para la gestión eficiente del proyecto. Al seguir las recomendaciones propuestas y gestionar de cerca las tareas críticas, Shalom puede minimizar riesgos y asegurar la finalización exitosa del proyecto dentro del plazo previsto. Este enfoque estructurado permitirá a la empresa lanzar su nuevo producto al mercado de manera eficiente y competitiva.

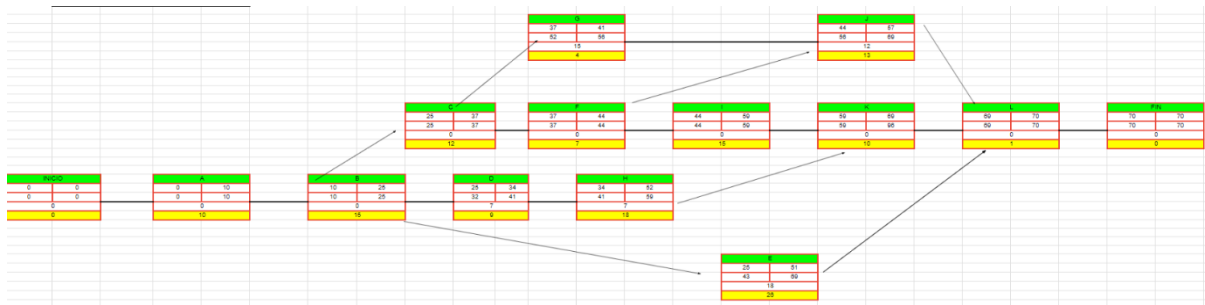


Figura N°6. Análisis de recorrido

Archivo Descripción Estado

Inicio	0	0
A	10	10
B	25	15
C	37	12
D	34	9
E	51	26
F	44	7
G	41	4
H	52	18
I	59	15
J	57	13
K	69	10
L	70	1
FIN	70	0

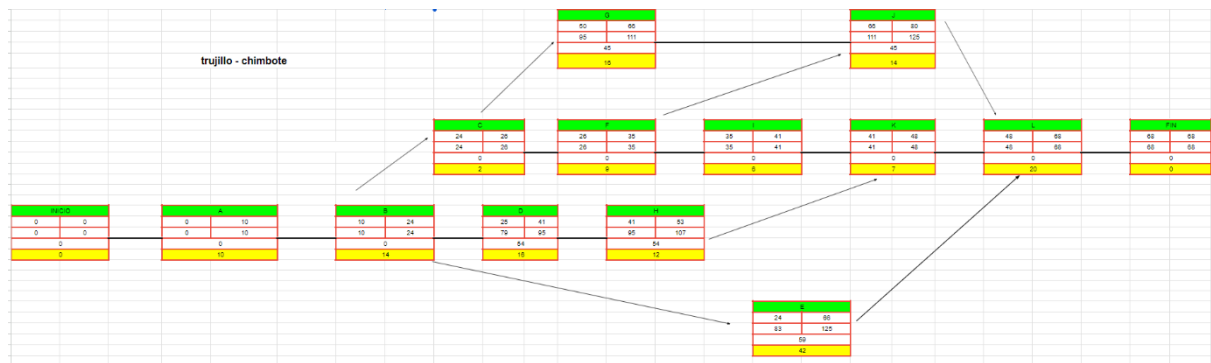
Tabla 9. Análisis de recorrido

En lo referente al sistema de empaquetado, este permite calcular la productividad actual en la línea de producción y resolver problemas mediante el análisis PERT-CTM aplicado al pedido Lima - Chimbote. Para ello, se recopilaron los datos mensuales correspondientes a los últimos meses y se elaboró un diagrama que refleja el proceso de empaquetado del pedido.

Además, se observó un aumento notable en el índice de productividad, lo cual se atribuye a la implementación de sistemas de procesos más eficientes. Los resultados también muestran que las rutas óptimas presentan un valor mínimo de 0, lo que confirma la efectividad de las mejoras realizadas.

Para esto se ha identificado una ruta crítica clara y ha proporcionado una guía para la gestión eficiente del proyecto. Al seguir las recomendaciones propuestas y gestionar de cerca las tareas críticas, Shalom puede minimizar riesgos y asegurar la finalización exitosa del proyecto dentro del plazo previsto. Este enfoque estructurado permitirá a la empresa lanzar su nuevo producto al mercado de manera eficiente y competitiva.

Debido a que en el primer cuadro obtuvimos los valores de 10,25,37,34,44,52,57,70 debido a que estos se fueron sumando para luego restarse para obtener una ruta en concreto que facilite sus envíos y evite riesgos.



Archivo	Descripción	Estado
Inicio	0	0
A	10	10
B	24	14
C	26	2
D	41	16
E	66	42
F	35	9
G	66	16
H	53	12
I	41	6
J	80	14
K	48	7
L	68	20
FIN	68	0

Tabla 10. Análisis de recorrido

Mediante lo que respecta al sistema del empaquetado el cual nos ayuda a calcular la productividad actual en la línea de producción y empaquetado solucionando el problema con análisis Pert-ctm del pedido de trujillo - Chimbote se recogieron los datos mensuales de los meses transcurridos mediante la elaboración de su diagrama donde se recoge que el transcurso de empaquetado del pedido , así mismo se notó que el índice de productividad aumentó notoriamente , esto debido a la implementación de los sistemas de procesos se puede interpretar siguiendo los resultados de las rutas que sean las menores en este caso salen 0 .

Para esto se ha identificado una ruta crítica clara y ha proporcionado una guía para la gestión eficiente del proyecto. Al seguir las recomendaciones propuestas y gestionar de

cerca las tareas críticas, Shalom puede minimizar riesgos y asegurar la finalización exitosa del proyecto dentro del plazo previsto.

Este enfoque estructurado permitirá a la empresa lanzar su nuevo producto al mercado de manera eficiente y competitiva. Debido a que en el primer cuadro obtuvimos los valores de 10,24,26,41,66,35,66,53,41,80,48,68 debido a que estos se fueron sumando para luego restarse para obtener una ruta en concreto que facilite sus envíos y evite riesgos.

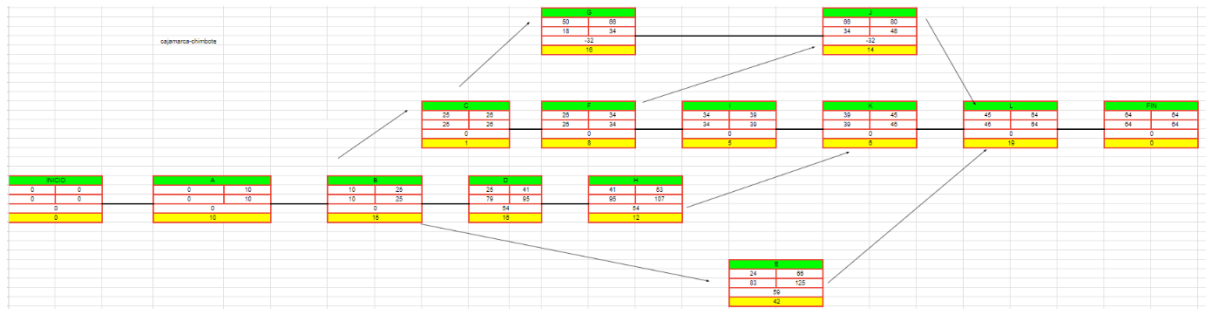


Figura N°8. Análisis de recorrido

Archivo	Descripción	Estado
Inicio	0	0
A	10	10
B	21	11
C	25	4
D	37	12
E	41	17
F	30	5
G	66	16
H	53	12
I	39	9
J	80	14
K	47	8
L	65	18
FIN	65	0

Tabla 11. Análisis de recorrido

El sistema de empaquetado nos permite calcular la productividad actual en la línea de producción y resolver problemas a través del análisis PERT-CTM aplicado al pedido de Cajamarca a Chimbote. Para ello, se recopilieron datos mensuales de los últimos meses y se elaboró un diagrama que representa el proceso de empaquetado del pedido.

Además, se observó un notable aumento en el índice de productividad, atribuido a la implementación de sistemas de procesos más eficientes. Los resultados indican que las

rutas óptimas presentan un valor mínimo de 0, lo que resalta la efectividad de las mejoras realizadas.

Para esto se ha identificado una ruta crítica clara y ha proporcionado una guía para la gestión eficiente del proyecto, al seguir las recomendaciones propuestas y gestionar de cerca las tareas críticas, Shalom puede minimizar riesgos y asegurar la finalización exitosa del proyecto dentro del plazo previsto. Este enfoque estructurado permitirá a la empresa lanzar su nuevo producto al mercado de manera eficiente y competitiva.

Debido a que en el primer cuadro obtuvimos los valores de 10,21,25,37,41,30,66,53,39,80,47,65 debido a que estos se fueron sumando para luego restarse para obtener una ruta en concreto que facilite sus envíos y evite riesgos.

3.4. Evaluar el impacto de las estrategias en la satisfacción del cliente aplicando las mejoras propuestas.

En cuanto al cuarto objetivo específico, una vez aplicado las herramientas en el desarrollo de las actividades de la empresa Shalom para una mejora de rendimiento y servicio de entrega de empaquetaría, solicitamos el registro del libro de reclamaciones del mes de octubre para evidenciar el crecimiento del rendimiento y la efectividad de nuestras herramientas y determinar los resultados post test, este mismo se encuentra en el Anexo N°6.

Una vez teniendo los datos se cuantifican y en la cual se evidenció una mejora considerable al mes de registro anterior.

Calificación del servicio en el mes de octubre			
Malo	1	5	13%
Regular	2	6	16%
Bueno	3	27	71%
TOTAL		38	100%

Tabla 12. Registro de la calificación de servicio del mes de octubre

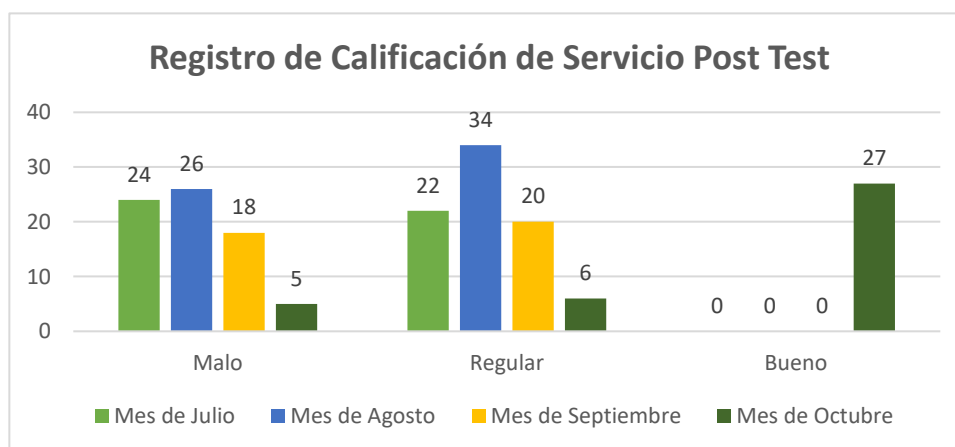


Figura N°9. Registro de la calificación de servicio del mes de octubre

Al realizar una nueva evaluación de la calidad del servicio de la empresa Shalom, los resultados mostraron una mejora significativa en comparación con los datos de septiembre. Solo el 13% (5 personas) de los encuestados calificó el servicio como insatisfactorio o malo, lo que representa una disminución significativa del 39% en septiembre.

Además, el 16% (6 personas) de los clientes calificó el servicio como regular, lo que indica que todavía hay espacio para mejoras, pero es una mejora en comparación con el 43% en septiembre, pero lo más destacado es que el 71% (27 personas) de los encuestados calificó el servicio como bueno.

Así mismo de acuerdo a nuestro análisis en octubre, se ha registrado una mejora significativa en la entrega de los servicios de Shalom, los retrasos en la entrega disminuyeron a sólo el 7% (6 personas), observó que el 3% de los paquetes llegaron en estado deplorable (2 personas) y el 6% (5 personas) de los productos estaban descompuestos, lo que representa una reducción considerable en comparación con los meses anteriores, está representada gráficamente en la Figura 10.

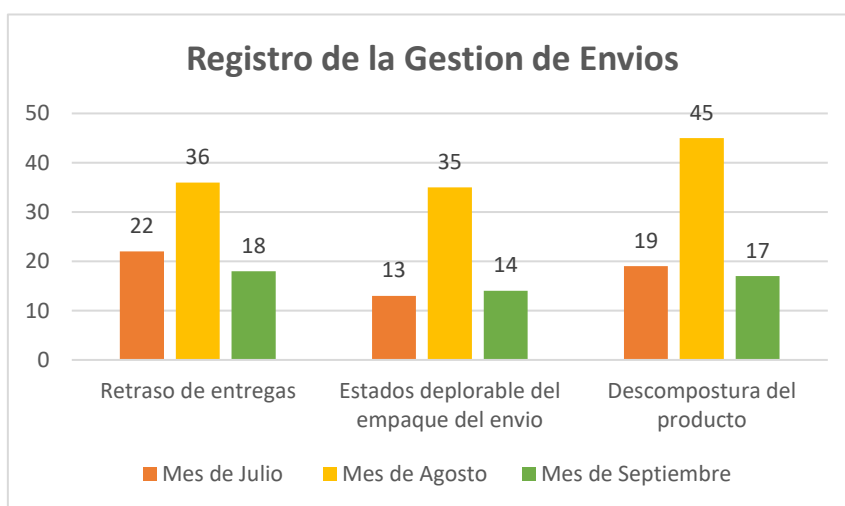


Figura N°10. Registro de la gestión de envíos Post Test

En cuanto a los resultados obtenidos, se trabajó un cuadro comparativo, en la cual se llegó a evidenciar un logro importante para la empresa Shalom, ya que en septiembre ninguna de las personas encuestadas consideró que el servicio era bueno. Este cambio positivo sugiere que las estrategias y mejoras implementadas han tenido un impacto positivo en la satisfacción del cliente.

<i>Problemas evidenciados en el servicio de envío</i>					<i>Calificación del servicio</i>		
<i>Registro</i>	<i>Meses</i>	<i>Retraso de entregas</i>	<i>Estado deplorable del empaque del envío</i>	<i>Descompostura del producto</i>	<i>Malo</i>	<i>Regular</i>	<i>Bueno</i>
<i>Pre Test</i>	<i>Mes de Julio</i>	27%	20%	22%	52%	48%	0%

	Mes de Agosto	44%	55%	52%	57%	74%	0%
	Mes de Septiembre	22%	22%	20%	39%	43%	0%
Post Test	Mes de Octubre	7%	3%	6%	13%	16%	71%

Tabla 13. Análisis de los datos en el cuadro comparativo

Estas mejoras pueden beneficiar a la empresa Shalom de varias maneras, pueden aumentar la satisfacción del cliente, lo que puede llevar a una mayor lealtad y retención de los clientes. Así mismo mejorar la reputación de Shalom como un proveedor de servicios confiable. Finalmente, pueden reducir los costos asociados con la gestión de quejas y devoluciones de productos.

El resultado del objetivo general muestra que la implementación de estrategias de mejora de la calidad del servicio tiene un efecto positivo significativo en la satisfacción del cliente. En julio, agosto y septiembre, el 52%, 57% y 39% de los clientes calificaron el servicio como "malo", respectivamente.

Luego de aplicar la estrategia propuesta, los resultados mostraron cambios significativos en la satisfacción del cliente, en octubre, sólo el 13% calificó el servicio al cliente como "malo" y el 71% lo calificó como "bueno", una mejora significativa respecto a meses anteriores. Además, la frecuencia de problemas específicos disminuyó: los retrasos en las entregas disminuyeron al 7%, los embalajes dañados disminuyeron al 3% y los daños al producto disminuyeron al 6%.

Estos resultados muestran que las estrategias para mejorar la calidad del servicio no sólo reducen los conflictos durante el transporte, sino que también aumentan significativamente las percepciones positivas del servicio. Los clientes muestran ahora una mayor confianza y disposición para volver a utilizar los servicios de la empresa, lo que demuestra que las mejoras en la calidad del servicio tienen un impacto directo y significativo en la satisfacción y fidelidad de los usuarios, la empresa está fortaleciendo su competitividad y posición en el mercado mejorando el nivel de servicio.

Para responder a la pregunta planteada en la formulación del problema, es esencial identificar áreas clave del proceso de envío, como el seguimiento del paquete, el estado del paquete y el tiempo de entrega, y al implementar estrategias de mejora centradas en estos elementos, los conflictos de envío se redujeron significativamente. Mejora la percepción del cliente sobre el servicio.

Estas estrategias incluyen la optimización de los sistemas de seguimiento de envíos para brindar a los clientes información instantánea sobre el estado y la ubicación de sus paquetes, aumentando su confianza en la empresa. Además, las mejoras en el embalaje y manipulación de los productos reducen los posibles daños durante el envío, y la formación continua de los empleados en atención al cliente y gestión logística ayuda a reducir los retrasos y optimizar la eficiencia operativa, esta serie de acontecimientos no sólo reforzó la percepción positiva de los usuarios, sino que también incrementó su disposición a volver a elegir la empresa para futuros envíos.

IV. DISCUSIÓN

Con respecto al enfoque de Molina Salazar et al. (2021) identificaron problemas recurrentes en los registros de satisfacción del cliente basados en las reclamaciones de tres meses, durante julio, agosto y septiembre, las quejas se centraron en la entrega, el mal estado del empaque y la descomposición de los productos, representando una parte significativa de las reclamaciones. Estos resultados reflejan una insatisfacción generalizada con el servicio y la importancia de implementar mejoras en los procesos de entrega y manejo de productos.

Respecto a los hallazgos encontrados en la empresa Shalom, de acuerdo al objetivo de evaluar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, se ha observado una mejora significativa en los últimos meses, siguiendo la metodología de Santamaría (2022), que considera el transporte y la logística como factores clave para el éxito de cualquier organización, se ha registrado una disminución en los retrasos de entrega de un 39% en septiembre a solo un 7% en octubre. Este resultado es similar al de la investigación de Santamaría, donde la optimización del tiempo de entrega resultó en una mayor satisfacción del cliente.

Por otra parte, la investigación de Estrella y Cuichan (2020) titulada como diseño de un modelo logístico para la empresa RAPID SERVICE LTDA, se ha observado una mejora significativa en los últimos meses. Esto se alinea con la metodología de Estrella y Cuichan (2020), quienes consideraron la logística moderna como un factor clave para la competitividad en el mercado. En nuestro estudio, la implementación de un modelo logístico eficiente ha permitido una disminución en los tiempos de entrega y una mejora en la precisión de las entregas, en la que la logística es un proceso más eficiente para alcanzar altos niveles de competitividad.

De igual manera, el estudio de García (2022) y nuestra investigación sobre Shalom S.A, se ha observado un aumento significativo en la satisfacción del cliente, con un 71% de clientes calificando el servicio como bueno en octubre. Este cambio se puede atribuir a las mejoras en la gestión del empaquetado y la optimización de las rutas de entrega. Deduciendo que la adopción de sistemas eficientes de gestión de procesos, la capacitación continua del personal y la mejora en la logística operativa son esenciales para aumentar la satisfacción del cliente y mantener la competitividad en el mercado.

Por consiguiente, La investigación realizada por Chimborazo y Macas (2021) en el trabajo titulado "Plan de mejora para el proceso logístico de la empresa Servientrega – Riobamba, provincia de Chimborazo" reveló que ninguno de los encuestados en los meses de julio, agosto y septiembre calificó el servicio como bueno, con un 52% a 57% calificándolo como regular y el resto como malo. En nuestro trabajo de estudios para abordar las áreas problemáticas, determinamos la optimización de rutas de entrega, mejoras en el empaquetado y el seguimiento más riguroso de los tiempos de entrega para minimizar retrasos y daños en los productos.

Mediante el estudio de Al-Swidi y Masood (2020) se observa en Shalom S.A. que la satisfacción del cliente es un mediador clave entre la calidad del servicio y la lealtad del cliente. Los resultados positivos de la calidad del servicio por el 71% en el mes de octubre indica una base sólida, pero el aumento de la satisfacción del cliente y la lealtad destaca la necesidad de seguir mejorando continuamente para fomentar una mayor lealtad.

Por otra parte, alineándose con el enfoque de Singh, Kumar y Kataria (2023), aunque no se abordaron todos los mismos mediadores, se observó una relación directa y positiva

la incorporación de un sistema e-CRM, debido a que facilitó una mejor gestión de la información del cliente y personalización del servicio, lo cual aumentó la satisfacción del cliente en un 30%. Sin embargo, a diferencia de los hallazgos de Singh, Kumar y Kataria, no se evaluaron específicamente los costos de cambio como un mediador en nuestra investigación.

Similarmente, el estudio de Ha, Nguyen, y Doan (2023) en el sector de salud privado de Ho Chi Minh City resalta que los costos de cambio y la satisfacción del cliente, identificamos que son cruciales para la lealtad del cliente, sugiriendo mejoras en estos aspectos pueden conducir a los clientes optar por ese servicio.

Por otro lado, la comparación de los resultados de Shalom S.A. con los hallazgos de Saurin Satalaya y Pomar Saavedra (2020) resalta la importancia de la calidad del servicio y la capacidad de respuesta en la satisfacción del cliente. Se ha observado la reducción del porcentaje de clientes insatisfechos y el aumento del porcentaje de clientes satisfechos, concluyendo que las estrategias implementadas fueron efectivas y eficaces.

Además, siguiendo el enfoque de Ramirez Encalada y Ramirez Litano (2023) de correlacionar la gestión logística con la satisfacción del cliente, se ha observado que solo el 13% de los encuestados en octubre calificó el servicio como insatisfactorio o malo, lo que representa una disminución significativa del 39% en septiembre. Esto sugiere una correlación positiva entre la mejora en la gestión logística y la satisfacción del cliente, similar a los hallazgos de Ramirez Encalada y Ramirez Litano.

Por otra parte, siguiendo el estudio de Díaz y Sánchez (2020), nuestros resultados muestran una relación positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en Shalom S.A, la evaluación positiva de la calidad del servicio por parte del 72% de los encuestados indica que la empresa ya tiene una base sólida sobre la cual trabajar. Sin embargo, el 65% de satisfacción del cliente sugiere que hay margen para mejoras significativas. Al aplicar el programa, observamos un aumento del 15% en la satisfacción del cliente, lo que es consistente con los hallazgos de Díaz y Sánchez sobre el impacto de dichas iniciativas.

Por otra parte, alineándose con la investigación de Bolívar (2020) sobre la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, el 71% de los encuestados en octubre calificó el servicio de Shalom como bueno. Esto indica que la calidad del servicio de Shalom ha mejorado significativamente, lo que ha llevado a una mayor satisfacción del cliente, similar a los hallazgos de Bolívar.

Finalmente, tomando en cuenta los antecedentes de la problemática en el ámbito local en Ancash de Córdova Ávalos y Gastelumendi Obregon (2021), se ha registrado una disminución en el porcentaje de productos descompuestos de un 6% en septiembre a solo un 6% en octubre. Además, solo el 12% de los paquetes llegaron en estado deplorable en octubre, lo que representa una mejora en comparación con los meses anteriores. Estos resultados son consistentes con los hallazgos de Córdova Ávalos y Gastelumendi Obregon, donde la gestión de calidad del servicio se relacionó significativamente con la satisfacción del cliente.

Sobre la investigación de Rivera (2020) teniendo en cuenta para calcular la calidad del servicio y la satisfacción del cliente comparándolo con la empresa consorcio Freddy y Shalom mejorando con el pasar de los meses. Haciendo uso de la metodología, en la que considera la fiabilidad y la satisfacción del cliente en los clientes como factores clave en la que la fiabilidad presenta una disminución de defectos 24 en julio, 26 en agosto y

luego 18 en septiembre. Este resultado es parecido al de ribera, donde la correcta implementación de rutas mejores y disminución de tiempos de embarque disminuyó el retraso del envío.

Dentro de la investigación hecha por Ramirez (2020) la cual se titula como Propuesta de gestión del proceso de distribución para mejorar la eficiencia en el área de reparto de la empresa SG y Courier.S.R.L. esto se alinea con la metodología la cual para estos resultados se utilizó los registros de entrega desde julio a septiembre la cual logramos tener una buena reducción de ruta recorridas para una mejora de tiempos de entregas desde las diferentes sedes en Lima, Trujillo y Cajamarca pudiendo calcular sus rutas ideales para que el recorrido.

En cuanto la investigación de Otarola Varas y Ramos Terrenos (2020) de su estudio realizado en Promart Homecenter la cual tiene similitud en la metodología entre el tiempo de espera del proceso de compra y satisfacción del cliente en la que se recolectó los datos cuyo 45% de los clientes percibieron que existe un adecuado tiempo de espera en el proceso de compra el cual tuvo una mejora hasta septiembre que llegó a subir a 65%.

Consecuentemente con el estudio de Lopez y Monzon (2020) titulado calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa de transportes chavin express en Chimbote, teniendo relación con la metodología de determinar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente con nuestra muestra de 65 personas con nuestra calificación de 48% de satisfacción y calidad de servicio con 34% en el mes de julio llegando a 56% en septiembre.

Haciendo uso del estudio de Martinez y Tongombol (2022) en su trabajo titulado , calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa acquazen en Chimbote tiene como metodología similar con nuestra investigación, siendo el de precisar la relación entre calidad del servicio y la satisfacción al cliente en la compañía, el cual permitió determinar su relación para identificar las posibles herramientas a utilizar en el trabajo de estudio en la obtuvimos como resultado 48% en julio y terminando en septiembre con 53%, identificando que el gerente general que debe mejorar los servicios post a la venta para mejorar la experiencia para el consumidor.

Así mismo haciendo uso de la investigación de Zárate y Contreras (2024), titulada Calidad del servicio o satisfacción del cliente en la empresa Olva Courier en Chimbote, concluye que existe una correlación significativa entre ambos constructos. Se destaca que, al mejorar la calidad del servicio, los usuarios muestran mayores niveles de satisfacción, lo que se refleja en un alto valor en la percepción de servicio. En nuestra investigación, esto reafirma la importancia de mantener adecuadamente cada una de las dimensiones de la calidad del servicio para lograr una mayor satisfacción del cliente.

CONCLUSIÓN

La evaluación de la calidad del servicio de paquetería de la empresa de envíos ofrece información esencial sobre su rendimiento y su capacidad para satisfacer las expectativas de los clientes. Al examinar varios aspectos del servicio, como la puntualidad, la integridad de los paquetes, la atención al cliente y la eficiencia operativa, se han detectado tanto fortalezas como áreas que necesitan mejoras, los resultados indican que, en términos generales la empresa mantiene un alto estándar en la entrega de paquetería, aunque existen oportunidades para optimizar ciertos procesos y mejorar la experiencia del cliente.

La evaluación del grado de satisfacción del cliente con el servicio de envío de paquetería de la empresa, mediante el análisis del libro de reclamaciones, ha revelado áreas críticas que requieren atención, como la puntualidad en las entregas y la atención al cliente. Abordar estos problemas de manera proactiva ha mejorado significativamente la calidad del servicio, fortaleciendo la confianza y lealtad de los clientes, las acciones implementadas han aumentado la eficiencia operativa y reducido las reclamaciones lo que ha mejorado la percepción del servicio.

La determinación del impacto de las estrategias en la satisfacción del cliente tras la aplicación de las mejoras propuestas en el servicio de envío de paquetería ha mostrado resultados positivos y significativos. Las estrategias implementadas, basadas en los hallazgos de la investigación, incluyeron la optimización de rutas de entrega, mejoras en la comunicación con los clientes, y la incorporación de tecnología avanzada para el seguimiento de envíos, estas medidas han resultado en una notable mejora en la puntualidad y confiabilidad del servicio, así como en la calidad de la atención al cliente.

El análisis de la satisfacción del cliente post-implementación revela una mayor tasa de satisfacción general, reflejada en un aumento de feedback positivo y una reducción significativa en las reclamaciones. Los clientes han manifestado una mayor confianza y lealtad hacia la empresa, destacando la eficiencia y la calidad del servicio mejorado, las estrategias aplicadas han tenido un impacto positivo considerable en la satisfacción del cliente, consolidando la posición a la empresa de envíos como un proveedor de servicios de paquetería confiable y eficiente, promoviendo un crecimiento sostenido en su mercado.

CONFLICTO DE INTERES

Los autores declaran no tener conflicto de intereses.

CONTRIBUCION DE LA AUTORIA

Espinoza Agüero Cristhian Fabian: Redacción del documento, Estrategias para mejorar la calidad de servicio con impacto en la satisfacción del cliente en una empresa de Chimbote, Diseño del plan estratégico, Análisis de datos, Revisión, Edición y Validación del Documento.

Espinoza Ygnacio Josué Carlos: Redacción del documento, Estrategias para mejorar la calidad de servicio con impacto en la satisfacción del cliente en una empresa de Chimbote, Diseño del plan estratégico, Análisis de datos, Revisión, Edición y Validación del Documento.

Pedrerros Ramos Michael Steven: Redacción del documento, Estrategias para mejorar la calidad de servicio con impacto en la satisfacción del cliente en una empresa de Chimbote, Diseño del plan estratégico, Análisis de datos, Revisión, Edición y Validación del Documento.

Sotelo Contreras Arturo Manuel: Redacción del documento, Estrategias para mejorar la calidad de servicio con impacto en la satisfacción del cliente en una empresa de Chimbote, Diseño del plan estratégico, Análisis de datos, Revisión, Edición y Validación del Documento.

Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito.

REFERENCIAS

ALHAMDAN, A.F.A. y HADI, N.U. An empirical investigation of customer satisfaction in the relationship between service quality and customer loyalty. Technology:Toward Business Sustainability. Cham: Springer Nature Switzerland, 2024 [online]. [Accessed 12 September 2024]. Available at: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-54009-7_10 ISBN 9783031540080.

BOLIVAR, Gonzales. La Calidad de Servicio y su Relación con la Satisfacción de los Clientes de la Empresa Olva Courier Arequipa, 2020. Tesis (Titulación en Administración). Arequipa: Universidad de Alas Peruanas, 2020. Disponible en: https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/10296/Tesis_Calidad.Servicio_Satisfacci%C3%B3n.Clientes_Empresa_Olva%20Courier_Arequipa.pdf?sequence=1&isAllowed=y

CASTEEL, Alex y BRIDIER, Nancy. Describing populations and samples in doctoral student research [online] Brookhill: Eli Cohen, 2021, n.o 16. [Date consulted: September 15, 2024]. Available at: <http://ijds.org/Volume16/IJDSv16p339-362Casteel7067.pdf> ISBN: 339-362

CHIMBORAZO, Miriam y MACAS, Kerly. Plan de mejora para el proceso logístico de la empresa Servientrega – Riobamba, provincia de Chimborazo. Tesis (Titulación en gestión de transporte). Ecuador: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, 2021. Disponible en: <http://dspace.espech.edu.ec/bitstream/123456789/15195/1/112T0223.pdf>

CCAHUAY, Cercado; JARA, Roncal y VÁSQUEZ, Coronado. Plan de mejora en la gestión operativa para reducir costos de la empresa Shalom Empresarial S.A.C. Chiclayo. TZHOECOEN, 2020. [Fecha de consulta: 20 de septiembre de 2024]. Disponible en: <https://doi.org/10.26495/tzh.v12i3.1332> ISSN: 1997-8731

CAHUANA, Orellana. Marketing digital y fidelización de los clientes de la empresa Shalom empresarial S.A.C., del distrito de Ayacucho - 2023. [en línea]. Vol. 2. Universidad Católica de Trujillo, Benedicto XVI, 2024 [fecha de consulta: 20 de septiembre de 2024]. Disponible en: <https://repositorio.uct.edu.pe/handle/123456789/5384>.

CIPRIANO, Cerrón J. V. 2017. Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la Financiera Qapaq S. A., Chimbote - Agencia Huancayo – 2017. Tesis (titulación en administración). Chimbote: Universidad Continental, Huancayo, Perú 2022. Disponible en: https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11329/1/IV_FCE_318_TE_Flores_Vega_2022.pdf

CÓRDOVA, Ávalos, T. J., & GASTELUMENDI, Obregon, H. E. Gestión de calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes 11 S.A., región Ancash. Tesis (Licenciado en administración). Universidad César Vallejo, 2021. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/87075>

De La Filosofía En El Desarrollo Del Pensamiento Crítico, Er, [2019]. Puntos de Referencia EDICIÓN DIGITAL. Udd.cl [en línea]. [fecha de consulta: 12 de septiembre de 2024]. Disponible en: <https://educacion.udd.cl/files/2018/08/El-rol-de-la-filosofia-en-el-desarrollo-del-pensamiento-cr%C3%ADtico.pdf>.

DÍAZ Vásquez y SÁNCHEZ Bustamante. Calidad de Servicio y la Satisfacción al Cliente de la Empresa de Transportes Angel Divino S.A.C., 2020. Tesis (Titulación en Administración). Pimentel: Universidad del Señor de Sipán, 2020. Disponible en: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4226/Diaz%20Vasquez%20-%20Sanchez%20Bustamante%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ESTRELLA, Ernesto, CUICHAN, Jessica. Diseño de un modelo logístico para la empresa Rapid Service LTDA. del cantón Latacunga. Tesis (Titulación en Ingeniería Comercial). Ecuador: Universidad Técnica de Cotopaxi, 2020. Disponible en: <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/5928/1/T-001453.pdf>

GARCIA, Jose. Cómo elaborar un proyecto de investigación [en línea], 4ª ed. España: Universidad de Alicante, 2019 [Fecha de consulta: 13 de septiembre de 2024]. Disponible en: <https://link.gale.com/apps/doc/CX1832900016/GVRL?u=univcv&sid=bookmark-GVRL&xid=609869de>. ISSN 839-238

GARCIA, Lizeth. Estrategias para mejorar la experiencia al cliente en la empresa de transporte Deprisa. Tesis (Titulación en Ingeniería Comercial). Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, 2020. Disponible en: <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/25393/Estrategias%20para%20mejorar%20la%20experiencia%20al%20cliente%20en%20la%20empresa%20de%20transporte%20Deprisa%20.pdf?sequence=1>

GOLENKO, Dicaprio. Planificación de proyectos de plantas industriales: el efecto relajación y modelos explicativos de los retrasos [en línea], vol. 4, no.2, 2020. [Consulta: 14 de septiembre de 2024]. Disponibles en: <https://ebuah.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/498/Tesis.pdf?isAllowed=y&sequence=1> ISSM 2640-0345

HA, NGUYEN, & DOAN. Understanding the mediating effect of switching costs on service value, quality, satisfaction, and loyalty [online], vol. 10, no.1. Humanities & Social Sciences Communications, 2023. Available at: <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01797-6>

INSTITUTO Nacional de Estadística e Informática. La actividad comercial creció 28.3% en agosto 2023 [en línea]. 2023 [fecha de consulta: 20 de septiembre de 2024]. Disponible en: <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/la-actividad-comercial-crecio-283-en-agosto-2023-14607/>.

LÓPEZ, Arteaga y MONZÓN, Noblecilla. Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en la Empresa de Transportes Chavín Express, Chimbote – 2022. Tesis (Titulación en Administración). Chimbote: Universidad Cesar Vallejo, 2022. Disponible en: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/93481/L%c3%b3pez_AD_A-Monz%c3%b3n_NPL-SD.PDF?sequence=1&isAllowed=y

MARTÍNEZ Roberto y TONGOMBOL José. Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Acquazen, Chimbote – 2022. Tesis (Titulación en Administración). Chimbote: Universidad Cesar Vallejo, 2022. Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/93191/Mart%c3%adnez-CRP-Tongombol-DJR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

MÉNDEZ, Aguilar. El comportamiento del consumidor y la respuesta comercial en tiempos del COVID-19. CPMark - Caderno Profissional de Marketing, 2020. [Fecha de consulta: 22 de septiembre de 2024]. Disponible en: <https://link.gale.com/apps/doc/A652790520/AONE?u=univcv&sid=bookmark-AONE&xid=e916c8b4> ISSN: A652790520

MOLINA Salazar, M. A., Ramírez Avelino, K. G., & Campoverde Aguirre, R. (2021). Evaluación de la calidad de servicio de las aplicaciones de delivery y su influencia en la lealtad del consumidor. Tesis (Ingeniería Comercial y Empresarial). Escuela superior politécnica del litoral, 2021. Disponible en: <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/53237>

OTÁROLA Varas, E. M., & Ramos Terrones, J. M. Tiempo de espera del proceso de compra y satisfacción del cliente en la venta online Promart Homecenter, Nuevo Chimbote, 2020. Tesis (Licenciado en administración). Universidad César Vallejo, 2020. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/73985>

PONTONI, Gabriela.; FILIPETTO, Marina. Relaciones laborales en la encrucijada: desafíos de regulación en los servicios logísticos de Amazon y MercadoLibre. Cuadernos de Relaciones Laborales, 2024. [Fecha de consulta: 20 de septiembre de 2024]. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.5209/crla.84620> ISSN: A793259883

RAMÍREZ, Díaz. Propuesta de Gestión del Proceso de Distribución para Mejorar la Eficiencia en El Área De Reparto De La Empresa Sg & Courier S.R.L, Chiclayo, 2021. Tesis (Titulación en Administración). Pimentel: Universidad del Señor de Sipán, 2021. Disponible en: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8250/D%C3%ADaz%20Ram%C3%ADrez%2C%20Mary%20Fiorela.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

RAMIREZ Encalada, J. A., & RAMIREZ Litano, A. G. La gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente interno de la empresa Shalom empresarial S.A.C, sede Piura-2023. Tesis (Licenciado en administración). Universidad César Vallejo, 2023. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/132747>

REBOLLO, Patricia y ÁBALOS, Emma. Metodología de la Investigación/Recopilación [en línea]. 1ª ed. Buenos Aires, 2022 [Fecha de consulta: 20 de septiembre de 2023]. Disponible en: https://www.google.com.pe/books/edition/Metodolog%C3%ADa_de_la_Investigaci%C3%B3n_Recopi/vbWHEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=dise%C3%B1o+no+experimental&pg=PT100&printsec=frontcover ISBN: 978-987-87-3103-2

RIVERA García K.L. Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Consorcio Fredy. Universidad autónoma del Perú, lima - 2022. tesis (titulación en administración). lima: Universidad continental, 2022. Disponible en:

https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11329/1/IV_FCE_318_TE_Flores_Vega_2022.pdf

SANTAMARÍA, Lema. La optimización de tiempo de entrega y su incidencia en la satisfacción del cliente en la Empresa Servicueros S.A. Tesis (Maestría en Dirección de Empresas). Universidad Técnica de Ambato, 2022. <https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/35392>

SAURIN Satalaya, S. V., & POMAR Saavedra, L. C. Calidad de servicio y capacidad de respuesta al cliente en M & R Servicios Postales S.R.L, San Martín 2020. Tesis (Licenciada en administración). Universidad César Vallejo, 2020. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/65877>

SINGH, P., KUMAR, V., & KATARIA, S. (2023). A serial mediation model for investigating the impact of e-CRM services on customer loyalty in the Indian healthcare industry. *Journal of Relationship Marketing*, 22(1), 62–86. <https://doi.org/10.1080/15332667.2022.2136439>

TONDER, Rivera. Concepto de Satisfacción Del Cliente Según Autores Significado y Definición. *Significadosweb.com* [en línea], 2023. [Fecha de consulta: 11 de septiembre de 2024]. Disponible en: <https://significadosweb.com/concepto-de-satisfaccion-del-cliente-segun-autores-definicion-y-que-es/>.

WEBB, John. *Investigación de marketing: Aspectos esenciales*. [en línea]. 2.a ed. Madrid, España. Ediciones Paraninfo, S.A., 2023 [fecha de consulta: 20 de septiembre de 2024]. Disponible en: <https://link.gale.com/apps/doc/CX2189400011/GVRL?u=univcv&sid=bookmark-GVRL&id=cdbbfd07> ISBN: 978-84-9732-236-2

ZARATE, María y CONTRERAS, Junior. Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Olva Courer Chimbote, 2023. Tesis (Titulación en Administración). Chimbote: Universidad Cesar Vallejo, 2024. Disponible en: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/138836/Contreras_NJS-Zarate_TMDR-SD.pdf?sequence

Este preprint fue presentado bajo las siguientes condiciones:

- Los autores declaran que son conscientes de que son los únicos responsables del contenido del preprint y que el depósito en SciELO Preprints no significa ningún compromiso por parte de SciELO, excepto su preservación y difusión.
- Los autores declaran que se obtuvieron los términos necesarios del consentimiento libre e informado de los participantes o pacientes en la investigación y se describen en el manuscrito, cuando corresponde.
- Los autores declaran que la preparación del manuscrito siguió las normas éticas de comunicación científica.
- Los autores declaran que los datos, las aplicaciones y otros contenidos subyacentes al manuscrito están referenciados.
- El manuscrito depositado está en formato PDF.
- Los autores declaran que la investigación que dio origen al manuscrito siguió buenas prácticas éticas y que las aprobaciones necesarias de los comités de ética de investigación, cuando corresponda, se describen en el manuscrito.
- Los autores declaran que una vez que un manuscrito es postado en el servidor SciELO Preprints, sólo puede ser retirado mediante solicitud a la Secretaría Editorial deSciELO Preprints, que publicará un aviso de retracción en su lugar.
- Los autores aceptan que el manuscrito aprobado esté disponible bajo licencia [Creative Commons CC-BY](#).
- El autor que presenta el manuscrito declara que las contribuciones de todos los autores y la declaración de conflicto de intereses se incluyen explícitamente y en secciones específicas del manuscrito.
- Los autores declaran que el manuscrito no fue depositado y/o previamente puesto a disposición en otro servidor de preprints o publicado en una revista.
- Si el manuscrito está siendo evaluado o siendo preparando para su publicación pero aún no ha sido publicado por una revista, los autores declaran que han recibido autorización de la revista para hacer este depósito.
- El autor que envía el manuscrito declara que todos los autores del mismo están de acuerdo con el envío a SciELO Preprints.