

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

Propuesta de Plan Estratégico para la Sostenibilidad de una Empresa de Servicios Courier - Chimbote 2024

Dan Pita Q., Alexandra Obando Rubio, Omar Farfan Canchis, Valery Muñoz Villanueva

<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.9505>

Enviado en: 2024-07-24

Postado en: 2024-08-02 (versión 1)

(AAAA-MM-DD)

Propuesta de Plan Estratégico para la Sostenibilidad de una Empresa de Servicios Courier - Chimbote 2024

Proposta de Plano Estratégico de Sustentabilidade de uma Empresa de Serviços de Correio - Chimbote 2024

Proposed Strategic Plan for the Sustainability of a Courier Services Company - Chimbote 2024

Farfán Canchis Crhistian Omar

Universidad César Vallejo, Chimbote, Ancash, Perú. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7108-1640>

Muñoz Villanueva Valery Paola

Universidad César Vallejo, Chimbote, Ancash, Perú. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9045-5927>

Obando Rubio Alexandra Iveth

Universidad César Vallejo, Chimbote, Ancash, Perú. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7599-9619>

Pita Quiliche Daniel Alberto

Universidad César Vallejo, Chimbote, Ancash, Perú. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3811-3142>

Resumen

El informe tuvo como objetivo evaluar y diseñar un plan estratégico para la sostenibilidad de una empresa de servicios Courier Shalom en Chimbote, 2024. Para alcanzar este objetivo, se diagnosticó el estado actual de la empresa mediante encuestas a 383 clientes y 10 empleados. Donde se identificaron fortalezas como la alta valoración de la rapidez y seguridad del servicio, y un ambiente laboral colaborativo; y debilidades como problemas recurrentes en las entregas y comunicación interna ineficiente. Se propuso implementar estrategias como un sistema de seguimiento en tiempo real, capacitación continua, software de optimización de rutas, programas de recompensas, campañas de marketing e incentivos por recomendaciones. También se sugirió un sistema centralizado para la gestión de incidencias y formación en atención al cliente, además de desarrollar un portal web informativo y revisar regularmente la política de precios. Internamente, se abogó por reuniones periódicas, plataformas de comunicación y programas de reconocimiento. Tras la implementación de estas estrategias, se proyectó un aumento en la satisfacción y lealtad del cliente, mejoras en la capacitación y desarrollo profesional, y un ambiente laboral más positivo y colaborativo. No obstante, se reconocieron desafíos relacionados con la adaptación a nuevas tecnologías y la gestión del cambio.

Palabras clave:

Servicios de entrega, administración de empresas, estrategia empresarial, tecnología de la información.

Resumo

O objetivo do relatório foi avaliar e desenhar um plano estratégico para a sustentabilidade de uma empresa de serviços Courier Shalom em Chimbote, 2024. Para atingir este objetivo, o estado atual da empresa foi diagnosticado através de pesquisas com 383 clientes e 10 funcionários. Onde foram identificados pontos fortes como a alta valorização da rapidez e segurança do atendimento, e um ambiente de trabalho colaborativo; e pontos fracos, como problemas recorrentes de entrega e comunicação interna ineficiente. Foi proposta a implementação de estratégias como sistema de rastreamento em tempo real, treinamento contínuo, software de otimização de rotas, programas de recompensas, campanhas de marketing e incentivos por indicações. Também foi sugerido um sistema centralizado de gestão de incidentes e treinamento de atendimento ao cliente, além do desenvolvimento de um portal informativo na web e da revisão regular da política de preços. Internamente, foram defendidas reuniões regulares, plataformas de comunicação e programas de reconhecimento. Com a implementação destas estratégias, foram projetados um aumento na satisfação e fidelização dos clientes, melhorias na formação e desenvolvimento profissional e um ambiente de trabalho mais positivo e colaborativo. No entanto, foram reconhecidos desafios relacionados com a adaptação às novas tecnologias e a gestão da mudança.

Palavras-chave:

Serviços de entrega, administração de empresas, estratégia empresarial, tecnologia da informação.

Abstract

The objective of the report was to evaluate and design a strategic plan for the sustainability of a Courier Shalom service company in Chimbote, 2024. To achieve this objective, the current state of the company was diagnosed through surveys of 383 clients and 10 employees. Where strengths were identified such as the high valuation of the speed and safety of the service, and a collaborative work environment; and weaknesses such as recurring delivery problems and inefficient internal communication. It was proposed to implement strategies such as a real-time tracking system, continuous training, route optimization software, rewards programs, marketing campaigns and incentives for referrals. A centralized system for incident management and customer service training was also suggested, in addition to developing an informative web portal and regularly reviewing the pricing policy. Internally, regular meetings, communication platforms and recognition programs were advocated. Following the implementation of these strategies, an increase in customer satisfaction and loyalty, improvements in training and professional development, and a more positive and collaborative work environment were projected. However, challenges related to adapting to new technologies and managing change were recognized.

Keywords:

Delivery services, business administration, business strategy, information technology.

I. INTRODUCCIÓN

En un mundo que se encuentra en constante crecimiento, conectado y digitalizado, en el ámbito de los servicios Courier juega un papel fundamental para ayudar al comercio y organizar los envíos a nivel mundial. En un entorno donde el comercio electrónico y las transacciones en línea están experimentando un crecimiento sin precedentes, la eficiencia y la competitividad en la entrega de paquetes se vuelven aspectos críticos

para el éxito empresarial. La creciente demanda de servicios Courier en la ciudad de Chimbote plantea desafíos y oportunidades significativas para las organizaciones de ese sector.

Lamentablemente, en la ciudad de Chimbote las empresas Courier suelen presentar diferentes desafíos y problemas en la administración de sus servicios tales como retrasos en entregas, pérdida de paquetes, satisfacción de los clientes, alta competencia, capacidad de demanda, etc. Todos estos factores generan un impacto significativo en los ingresos, la reputación y la eficiencia de las empresas Courier, por ello, es importante abordar estos problemas de manera efectiva para asegurar el éxito de las compañías a largo plazo.

La "Propuesta de Plan Estratégico para administrar una empresa de servicios Courier - Chimbote 2024" ayuda a las empresas de mensajería de Chimbote a superar los desafíos que enfrentan y alcanzar sus objetivos de eficiencia, competitividad y crecimiento a largo plazo. Con el fin de contribuir al Objetivo de Desarrollo Sostenible de Trabajo Decente y Crecimiento Económico, y en línea de investigación de Gestión Empresarial y Productiva, así como Responsabilidad Social Universitaria en Desarrollo Económico, Empleo y Emprendimiento, se plantea una investigación exhaustiva sobre la gestión estratégica de una empresa de servicios Courier en la ciudad de Chimbote.

En la investigación se planteó el siguiente problema general: ¿Cómo evaluar eficazmente el plan estratégico para la administración de una empresa de servicios Courier en Chimbote durante el año 2024? Esta interrogante constituye el núcleo de nuestra investigación, donde se buscó identificar las mejores prácticas y enfoques estratégicos para mejorar la competitividad y el rendimiento empresarial en el sector. Para abordar esta cuestión, se desarrollaron dos problemas específicos: ¿cuál es el estado actual de la empresa de servicios Courier en Chimbote? y ¿cómo diseñar un plan estratégico que optimice la sostenibilidad de una empresa?

La presente propuesta de Plan Estratégico para gestionar una empresa de servicios Courier en Chimbote se justificó en la necesidad de adaptarse a la alta competitividad del mercado, la cual, encuentra en constante cambio por el amplio crecimiento del mercado local y global del servicio de entregas, como también en establecer objetivos y metas claras para maximizar el proceso de tomar decisiones de las empresas Courier, estos nos permitieron satisfacer las exigencias y aspiraciones de los clientes y asegurar el éxito del servicio.

Basándonos en lo mencionado anteriormente, el objetivo principal de este estudio es evaluar el plan estratégico para administrar una empresa de servicios Courier - Chimbote 2024. Para alcanzar este objetivo se establecieron dos objetivos específicos: diagnosticar el estado actual y diseñar un plan estratégico para administrar una empresa de servicios Courier.

La investigación se fundamentó con antecedentes científicos previos, como el estudio realizado por Castillo (2020), que examinó el papel del planeamiento estratégico en el mejoramiento de la sostenibilidad de unas empresas de Courier. Estos antecedentes proporcionaron un respaldo teórico valioso para la formulación de la propuesta de plan estratégico en el contexto específico de Chimbote.

Así mismo, el estudio realizado por Astete et. al (2019) a la Empresa de Servicios de Courier y Paquetería, GTL Express S.A.C demuestra que el plan estratégico implica la responsabilidad conlleva la responsabilidad de todos los miembros de la organización, ya que es una herramienta de gestión diseñada para influir en el desempeño a largo

plazo, impactando en todos sus niveles y con el propósito de mejorar cada uno de los aspectos de una organización.

Por último, la investigación llevada a cabo por Celi et al. (2022), titulada "Planificación estratégica aplicada en el sector transporte", señala que en la actualidad tanto las organizaciones públicas como privadas están enfrentando constantes transformaciones en los ámbitos social, económico, político y tecnológico, las cuales pueden impactar positiva o negativamente en sus operaciones. Por lo tanto, buscan implementar estrategias administrativas que les permitan adaptarse y enfrentar estos cambios para mejorar su productividad. La planificación estratégica se vuelve crucial en este contexto, ya que proporciona a las organizaciones herramientas para autoevaluarse, definir objetivos claros y realizar análisis exhaustivos. Esto facilita la identificación de oportunidades y amenazas que pueden influir en su rendimiento y eficiencia, ayudando así a tomar decisiones informadas que promuevan el éxito organizacional.

Por todo lo mencionado, la investigación se enfocó en crear un plan estratégico que permita a las empresas de servicios Courier en Chimbote enfrentar los retos del mercado y capitalizar las oportunidades emergentes debido a que estas evidencian diferentes desafíos como retrasos en entregas y competencia intensa, lo que afecta sus ingresos y reputación. Para ello, se partió de un análisis profundo de la realidad problemática y las tendencias del mercado local, además, se propuso una secuencia de estrategias las cuales constaron de encuestas estructuradas para los trabajadores y clientes de la empresa en cuestión, así mismo se realizó un análisis externo e interno que sirvieron para la elaboración de una matriz FODA, los cuales fueron destinadas a mejorar la competitividad, la eficiencia operativa y el nivel de satisfacción de los clientes de las empresas de Courier en Chimbote.

Este documento se estructura siguiendo las directrices establecidas para este tipo de investigaciones, comenzando con una revisión detallada de la situación actual del sector Courier en Chimbote y su relevancia económica y social, y finalizando con el diseño del plan estratégico y la evaluación del impacto que tendrá.

II. MÉTODO

Tipo de investigación

El estudio propuesto se considera de tipo aplicado, ya que se realiza para conocer y comprender el entorno de la organización, contrarrestando los aspectos negativos y aprovechando los positivos para desarrollar estrategias que permitan alcanzar la visión, misión y objetivos. Según Armijo (s.f.), el planeamiento estratégico es fundamental para proporcionar dirección y unidad a las actividades de una organización, permitiendo aprovechar las oportunidades y reducir los riesgos en un entorno cambiante. La implementación de este tipo de investigación trae consigo numerosos beneficios, los cuales se reflejan en la mejora de los resultados organizacionales y en el cumplimiento de las metas establecidas.

La investigación tuvo un enfoque mixto, presentando tanto datos cualitativos como cuantitativos. Los datos cualitativos incluyeron información sobre el compromiso y el enfoque de los empleados, así como las preferencias y percepciones de los usuarios. Los datos cuantitativos se centraron en la validación de datos estadísticos. Como afirmó Chaves Montero, "los métodos de investigación mixta ofrecen una gran promesa para la práctica de la investigación, permitiendo una visión más integral del fenómeno estudiado" (Chaves, 2018).

La investigación cuantitativa justificó la necesidad del estudio, identificando problemas y cuantificándolos. Por otra parte, la investigación cualitativa proporcionó las bases para profundizar sobre las causas, caracterizar el funcionamiento y enriquecer las posibles soluciones. Este enfoque mixto permitió una triangulación de datos, combinando la recolección de información empírica con análisis interpretativos para asegurar resultados robustos y comprensivos.

Diseño

Se optó por un diseño descriptivo-explicativo para la investigación, ya que este enfoque no solo muestra el fenómeno en estudio de manera objetiva y cuantitativa, sino que también explica sus causas y relaciones. El diseño descriptivo-explicativo permite detallar las características del objeto de estudio y entender cómo y por qué ocurren ciertos eventos o comportamientos. (Hernández et al., 2010).

Variable en estudio: Plan estratégico

Definición conceptual: Según Martin. A., (2024) el plan estratégico es un instrumento que busca trazar el rumbo y las medidas que una entidad seguirá para alcanzar sus metas. Por lo general, incluye la definición de la visión y la misión de la entidad, las metas a largo plazo (junto con los objetivos anuales a corto plazo) y una planificación detallada de las medidas que se implementarán para avanzar en la dirección deseada.

Definición operacional: Un plan estratégico es una herramienta que agrupa los objetivos de una organización para lograr su misión y visión a largo plazo. Actúa como una guía para planificar y construir el futuro de la organización, incluso cuando hay incertidumbre en el entorno. Además, establece las acciones requeridas para materializar esa visión y alcanzar los objetivos planteados.

Población

Para Levin y Robin (2004). “Una población es una colección finita o infinita de individuos o cosas que simbolizan todos los componentes que intentamos determinar en este estudio. La población es tan grande que se puede ver todo; entonces trabajamos con muestras o partes del grupo de personas “ (p.30).

Por efecto de la investigación incluye tanto a los empleados como a los clientes actuales y posibles.

Población de trabajadores y clientes:

Dimensión	n°	Porcentajes
Trabajadores	24	2.6
Clientes	190,000	97.6
Global	190,024	100

Población global de trabajadores y clientes.

Muestra

Según Requena (2014), la muestra es un subconjunto de elementos, los cuales son seleccionados previamente de una población para realizar un determinado estudio.

El tamaño de la muestra es de 393 individuos, donde 10 son trabajadores seleccionados por conveniencia, y 383 corresponden a la cantidad de clientes aplicando la fórmula de muestra en poblaciones finitas.

Para el cálculo de muestra de clientes necesario para realizar una encuesta con nivel aceptable de precisión, se usó el método para determinar el tamaño de muestra en poblaciones finitas:

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p(1 - p)}{E^2 \cdot (N - 1) + z^2 \cdot p(1 - p)}$$

Donde:

n es el tamaño de muestra necesario

N es el tamaño de la población

Z es el valor crítico para un nivel de confianza específico

p es la proporción estimada de la población que tiene una característica particular

E es el margen de error deseado

Suponiendo un NC del 95% (correspondiente a un valor crítico Z de aproximadamente 1.96 para una distribución normal estándar) y un margen de error (E) del 5% puedes aplicar estos valores a la fórmula.

$$n = \frac{190,000 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5(1 - 0.5)}{(0.05)^2 \cdot (190,000 - 1) + (1.96)^2 \cdot 0.5(1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{182.476}{476}$$

$$n = 383$$

Unidad de análisis

- **Criterios de inclusión**
 - Usuarios del servicio.
 - Trabajadores actuales.
- **Criterios de exclusión**
 - Trabajadores provisionales.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para López y Fachelli (2021), la encuesta es un procedimiento que se aplica mediante un cuestionario, nos brinda información sobre actitudes, opiniones y comportamientos de los encuestados, asimismo se puede realizar de muchas maneras, esto dependerá de la metodología elegida a estudiar y los objetivos que se deseen alcanzar en la investigación.

Se aplicaron encuestas estructuradas a 383 clientes y 10 empleados de una empresa de Courier. Las encuestas incluyeron preguntas cerradas en escala Likert ordinal para obtener información detallada sobre experiencia del cliente, satisfacción con servicios, percepción de empleados sobre ambiente laboral y efectividad de procesos internos.

Técnicas de análisis de datos

Las encuestas aplicadas a los trabajadores y clientes de la empresa de servicios Courier fueron validadas por tres especialistas, quienes evaluaron criterios de claridad, coherencia y relevancia (Anexo 1). Hernández y Duana (2020) destacaron la importancia de utilizar técnicas de recolección de datos confiables y válidas, ya que estos elementos son esenciales para asegurar la legitimidad de los resultados obtenidos. Según los autores, "las técnicas de recolección de datos comprenden procedimientos y actividades que permiten al investigador obtener la información necesaria para dar respuesta a su pregunta de investigación".

Procedimientos

La investigación se llevó a cabo de manera presencial en la sede central de la empresa Shalom en Chimbote, tras obtener el permiso necesario del gerente encargado. Se aplicaron cuestionarios estructurados de manera anónima tanto a empleados como a clientes. A los empleados se les explicó que el cuestionario, compuesto por 10 preguntas, evaluaba su compromiso y enfoque hacia la empresa, utilizando escalas Likert para medir aspectos del ambiente laboral y la efectividad de los procesos internos. A los clientes se les informó que la encuesta tenía como objetivo conocer sus preferencias y percepciones sobre los servicios brindados, e incluía preguntas cerradas y escalas Likert para evaluar su satisfacción y experiencia. Los datos recopilados se ingresaron en una base de datos para su posterior análisis, asegurando su confidencialidad. Las encuestas fueron validadas por tres especialistas en el área para garantizar su fiabilidad y adecuación, y se utilizaron técnicas estadísticas para analizar los datos, tabulando las respuestas y calculando frecuencias y porcentajes. También se realizaron análisis de confiabilidad para asegurar la consistencia interna de los cuestionarios. Estos procedimientos permitieron obtener datos precisos y confiables, asegurando la validez y legitimidad de los resultados de la investigación.

Aspectos éticos

Las consideraciones éticas que se tiene en la siguiente investigación es que los resultados no han sido manipulados y son resultados confiables; el instrumento fue aplicado con el consentimiento de las personas; a los encuestados se les aseguró la confidencialidad y se les explicó que sus resultados se ingresarán en una base de datos informática para uso personal con acceso limitado y que solo el operador tendría acceso a ellos para su análisis. Se aseguró el consentimiento informado de todos los participantes; Se les explicó claramente de antemano la justificación, los objetivos, los métodos de investigación y encuesta, así como el uso de la información recopilada. El participante fue protegido con buen trato y consideración ante cualquier inconveniente durante el proceso de entrevista y se le informó que podía detener el proceso en cualquier momento.

III. RESULTADOS

Diagnosticar el estado actual del servicio courier

De acuerdo a los objetivos establecidos en el informe, se logró determinar el diagnóstico actual de donde se dirige la empresa, diseñar el plan estratégico para la administración y evaluación del plan propuesto para administrar una empresa de servicios courier.

Las empresas que brindan este tipo de servicio se enfrentan a retos significativos como retrasos en entregas y una competencia intensa, que impactan directamente en sus ingresos y reputación. Para abordar estos problemas, se realizó una encuesta dirigida

a 383 clientes de la empresa Courier Shalom, para recoger datos cruciales sobre sus experiencias y opiniones sobre los servicios ofrecidos. A la vez, se hizo una segunda encuesta, dirigida a 10 empleados, para obtener una perspectiva interna sobre el ambiente laboral, incluyendo claridad de los objetivos empresariales, comunicación interna, participación en decisiones, capacitación, compensación, reconocimiento y colaboración.

El desarrollo y ejecución de este estudio estuvo a cargo de todos los integrantes, quienes gestionaron todas las fases del proyecto de manera integral. La investigación comenzó con un análisis detallado del uso creciente de los servicios Courier en la región, seguido por la implementación de las encuestas mencionadas. La encuesta a los clientes se llevó a cabo digitalmente, mientras que la encuesta a los empleados se aplicó durante una visita directa a las instalaciones de la empresa. Este enfoque permitió lograr una perspectiva integral y detallada de las áreas críticas que necesitan mejoras, tanto desde la perspectiva de los clientes como de los trabajadores. El proceso completo, desde la recolección de datos hasta el análisis final, se completó en un plazo de dos meses. Los resultados de las encuestas fueron cuidadosamente analizados para identificar áreas clave que requieren atención prioritaria y para proponer soluciones efectivas.

La evaluación de la encuesta aplicada a 383 clientes de la empresa Courier Shalom de Nuevo Chimbote proporciona una base sólida para formular un plan estratégico que permita enfrentar los retos del mercado y aprovechar las oportunidades emergentes. A continuación, se ofrece un examen minucioso de los resultados y su contribución al objetivo establecido:

Seguridad y Rapidez del Servicio	La seguridad y velocidad son lo más apreciado por los clientes de Courier Shalom, con un 42.1% y 31.6% respectivamente. Esto indica que cualquier plan estratégico debe prioritariamente enfocarse en mejorar la seguridad en la entrega de paquetes y optimizar los tiempos de entrega. Implementar sistemas de seguimiento avanzados y entrenamiento continuo del personal pueden contribuir significativamente a mejorar estas áreas, fortaleciendo así la reputación de la empresa y la satisfacción del cliente.
Frecuencia de Uso y Recomendación	Aunque un porcentaje significativo de clientes usa los servicios ocasionalmente (40.4%) y considera muy probable recomendarlos (56.1%), hay una oportunidad clara para aumentar la frecuencia de uso y las recomendaciones. Un plan estratégico efectivo podría incluir programas de fidelización que premien el uso frecuente y las recomendaciones exitosas, así como campañas de marketing dirigidas a destacar la condición del servicio y los beneficios de recomendar Shalom a otros.
Gestión de Problemas y Atención al Cliente	La encuesta reveló que parte de los clientes han experimentado problemas como entregas tardías y mal estado de paquetes. Aunque la mayoría de los problemas se manejan satisfactoriamente (29.8%), existe un margen para la mejora gestión de problemas y la calidad del servicio al cliente. Un plan estratégico debe incluir mejoras en el transcurso de resolución de problemas y un enfoque en ofrecer una atención al cliente excepcional en todas las interacciones, lo cual podría ser crucial para convertir clientes satisfechos en clientes muy satisfechos y leales.

Transparencia de Información y Accesibilidad de Precios	La mayoría de los clientes perciben la información proporcionada por Shalom como clara y detallada (73.7%), lo cual es positivo para la transparencia. Además, la accesibilidad de precios es vista como una fortaleza, con un 70.2% de los clientes considerando los precios accesibles. Mantener esta claridad y accesibilidad en la información, así como revisar continuamente la política de precios para mantener la competitividad, deben ser pilares fundamentales de cualquier estrategia futura.
---	--

Tabla 1. Análisis de los resultados

Los resultados de la encuesta se pueden evidenciar en los gráficos dentro de anexos en INSTRUMENTO I (Resultados).

Para realizar la evaluación de los hallazgos de la investigación entre los empleados de la empresa Courier Shalom en Chimbote. Esta se aplicó a 10 trabajadores de la empresa Shalom en Chimbote, el propósito es determinar varios aspectos relacionados con cómo los empleados perciben la dirección estratégica de la empresa y su ambiente de trabajo. A continuación, se presenta el análisis exhaustivo de los resultados y cómo estos pueden contribuir al objetivo planteado:

Visión Estratégica	El 100% de los empleados considera que la empresa Courier Shalom tiene claro el futuro al que se dirige, y todos han participado en discusiones sobre las perspectivas futuras en reuniones de trabajo. Esto indica un alineamiento sólido y un entendimiento común de los objetivos empresariales entre los empleados.
Comunicación y Participación	Aunque el 80% de los encuestados se siente informado sobre las metas y objetivos de la empresa, solo el 10% considera que la comunicación interna es clara y efectiva. Esto sugiere que, mientras hay transmisión de información, existe una oportunidad significativa para mejorar la precisión y validez en la comunicación interna.
Desarrollo Profesional	La mayoría (90%) recibe instrucciones continuas para mejorar su desempeño, lo cual es crucial para el desarrollo profesional y la adaptación a los retos del mercado. Esta inversión en capacitación es un punto fuerte que puede ayudar a la empresa a enfrentar competencias intensas y retrasos en las entregas.
Ambiente Laboral y Colaboración	El 90% de los empleados describe el ambiente de trabajo en términos de colaboración y trabajo en equipo como adecuado. Esto sugiere un entorno laboral positivo que promueve la cooperación entre colegas, lo cual es fundamental para aumentar la eficiencia y satisfacción de los usuarios.

Tabla 2. Análisis de los resultados.

Los resultados de la encuesta se pueden evidenciar en los gráficos dentro de anexos en INSTRUMENTO II (Resultados).

Resultados del análisis FODA

Según Huerta (2020) Nos menciona que es fundamental utilizar una herramienta que permita realizar un análisis detallado de la situación actual de una organización o persona, centrándose en identificar sus puntos fuertes y débiles, así como las oportunidades y amenazas que presenta su entorno.

El análisis FODA permitió identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para la empresa Courier en Chimbote.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Alta valoración de la rapidez y seguridad del servicio por parte de los clientes. Visión estratégica clara entre los empleados. Ambiente de trabajo colaborativo.	Problemas recurrentes en la entrega de paquetes y gestión de problemas. Comunicación interna ineficiente. Necesidad de mejoras en la capacitación y desarrollo profesional.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Implementación de tecnologías avanzadas para mejorar la seguridad y eficiencia. Programas de fidelización para aumentar la frecuencia de uso del servicio. Campañas de marketing digital para captar nuevos clientes.	Alta competencia en el mercado local. Expectativas crecientes de los clientes en cuanto a rapidez y seguridad. Riesgos asociados a la implementación de nuevas tecnologías.

Datos de encuestas

Los datos cualitativos obtenidos a través de las encuestas proporcionaron información adicional sobre las experiencias y percepciones de los clientes y empleados.

Clientes:

Los clientes valoraron positivamente la claridad y accesibilidad de la información proporcionada por la empresa.

Las recomendaciones para mejorar incluyen la implementación de un sistema de seguimiento en tiempo real y una política de precios más competitiva.

Empleados:

Los empleados sugirieron mejoras en la comunicación interna y la participación en la toma de decisiones.

La necesidad de un sistema de reconocimiento y recompensas para incentivar el desempeño.

Diseñar un plan estratégico para administrar una empresa de servicios Courier.

El presente plan estratégico busca mejorar la administración y optimizar los servicios de la empresa Courier Shalom. Se basa en un diagnóstico detallado y un análisis FODA, que identificó áreas críticas que requieren atención prioritaria. Los resultados resaltan la importancia de la seguridad y rapidez en las entregas, la gestión de problemas, la comunicación interna, y la oportunidad de aumentar la frecuencia de uso del servicio y las recomendaciones de clientes satisfechos. En respuesta a estos hallazgos, se han diseñado estrategias para fortalecer los puntos fuertes, abordar las debilidades, aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas identificadas. El objetivo es consolidar la posición en el mercado y asegurar la satisfacción continua de los clientes.

Metas de las estrategias Propuestas:

Mejorar la Seguridad y Rapidez del Servicio

Implementar sistemas de seguimiento en tiempo real.

Ofrecer programas de capacitación continua para el personal.
Utilizar software de optimización de rutas.

Aumentar la Frecuencia de Uso y Recomendaciones

Crear programas de recompensas para clientes frecuentes.
Desarrollar campañas de marketing dirigidas.
Ofrecer incentivos por recomendaciones de clientes.

Gestión de Problemas y Atención al Cliente

Implementar un sistema centralizado para la gestión y resolución de incidencias.
Capacitar al personal en atención al cliente y resolución de conflictos.
Crear canales para la retroalimentación constante de los clientes.

Transparencia de Información y Accesibilidad de Precios

Desarrollar un portal web informativo.
Realizar análisis regulares de la política de precios.

Mejorar la Comunicación y Participación Interna

Realizar reuniones periódicas con el personal.
Implementar plataformas de comunicación interna.
Establecer programas de reconocimiento y recompensas.

Desarrollo Profesional y Ambiente Laboral

Crear planes de carrera y desarrollo profesional personalizados.
Organizar actividades de integración y team building.
Realizar encuestas regulares de clima laboral.

Implementación de Tecnologías Avanzadas

Implementar sistemas de automatización de procesos.
Utilizar herramientas de análisis de datos.
Evaluar e implementar nuevas tecnologías.

Evaluar el impacto que tendrá el plan estratégico para administrar una empresa de servicios courier.

El objetivo es evaluar los indicadores actuales de la empresa Courier Shalom y presentar un pronóstico basado en la implementación de estrategias diseñadas para mejorar la administración y optimizar los servicios de la empresa. A través de un diagnóstico situacional y un análisis FODA exhaustivo, se detalla cómo se encuentran actualmente estos indicadores y cómo podrían evolucionar después de la implementación de las estrategias propuestas.

Situación Actual Según el Análisis FODA

Fortalezas:

Alta valoración de la rapidez y seguridad del servicio: Los clientes valoran la seguridad (42.1%) y la rapidez (31.6%) del servicio como aspectos clave.

Visión estratégica clara entre los empleados: El 100% de los empleados entiende y está alineado con la visión de la empresa.

Ambiente de trabajo colaborativo: El 90% de los empleados describe el ambiente de trabajo como adecuado para la colaboración y el trabajo en equipo.

Debilidades:

Problemas recurrentes en la entrega y gestión de problemas: Entregas tardías y paquetes en mal estado son problemas frecuentes.

Comunicación interna ineficiente: Solo el 10% de los empleados considera que la comunicación interna es clara y efectiva.

Necesidad de mejoras en la capacitación y desarrollo profesional: Aunque el 90% recibe instrucciones continuas, hay espacio para mejorar la capacitación.

Oportunidades:

Implementación de tecnologías avanzadas: Uso de sistemas de seguimiento en tiempo real y otras tecnologías para mejorar la seguridad y eficiencia.

Programas de fidelización y campañas de marketing: Para aumentar la frecuencia de uso y atraer nuevos clientes.

Expansión de servicios: Ofrecer servicios adicionales basados en las necesidades del mercado.

Amenazas:

Alta competencia en el mercado local: Empresas rivales ofrecen servicios similares.

Expectativas crecientes de los clientes: Los clientes esperan cada vez más en términos de rapidez y seguridad.

Riesgos asociados a la implementación de nuevas tecnologías: Pueden surgir problemas técnicos y de integración.

Pronóstico Después de Implementar las Estrategias

Fortalezas Potenciales:

Mayor satisfacción del cliente: Mejor percepción de seguridad y rapidez.

Capacitación y desarrollo profesional mejorados: Fortalecimiento del equipo y aumento de la eficiencia operativa.

Ambiente laboral positivo y colaborativo: Mejor moral y productividad del personal.

Debilidades Potenciales:

Adaptación a nuevas tecnologías: Desafíos iniciales y periodo de adaptación.

Gestión del cambio: Resistencia de los empleados si no se gestiona adecuadamente.

Oportunidades Potenciales:

Aumento en la lealtad y frecuencia de uso: Más clientes recurrentes y nuevas recomendaciones.

Expansión del mercado: Mayor cuota de mercado.

Innovación continua: Nuevas tecnologías y procesos.

Amenazas Potenciales:

Competencia reactiva: Respuesta de los competidores.

Expectativas elevadas: Mayor expectativa de los clientes.

Desafíos tecnológicos: Riesgos de fallos técnicos o problemas de seguridad.

Nuevo Análisis FODA Post-Implementación

Fortalezas:

Mayor satisfacción y lealtad del cliente.

Mejor capacitación y desarrollo profesional continuo.

Comunicación interna efectiva y ambiente laboral positivo.

Debilidades:

Periodo de adaptación a nuevas tecnologías y procesos

Necesidad de una gestión eficaz del cambio.

Oportunidades:

Expansión del mercado y aumento de la cuota de mercado.

Innovaciones futuras basadas en la adopción tecnológica.

Mayor lealtad y recomendaciones de clientes satisfechos.

Amenazas:

Reacción de la competencia y aumento de la rivalidad.

Elevación constante de las expectativas de los clientes.

Riesgos asociados a la dependencia tecnológica.

IV. DISCUSIÓN

La situación actual de Courier Shalom se caracteriza por varios retos y oportunidades que se han identificado a través de encuestas dirigidas a clientes y empleados. Según el diagnóstico situacional, los principales problemas enfrentados incluyen retrasos en las entregas y problemas de gestión de incidencias, lo cual afecta directamente la satisfacción del cliente y la reputación de la empresa. Para esto en Jaramillo, (2019) nos menciona la importancia de la planificación estratégica nos permite tener una perspectiva global sobre qué se puede hacer y por qué, y determinar el mejor entorno para el desarrollo empresarial. El propósito de la planificación es encontrar las mejores opciones para el futuro y lograr metas a través de estrategias y otras herramientas para navegar tiempos de cambio.

Los indicadores actuales muestran una valoración positiva en términos de seguridad (42.1%) y rapidez (31.6%) del servicio, pero destacan problemas recurrentes en la entrega de paquetes y gestión de problemas, estos resultados coinciden con los de Barbaran (2021) pues menciona que en una empresa de mensajería rápida el 57% de los trabajadores no realizan a tiempo la entrega de paquetes. Además, aunque el 100% de los empleados tiene una visión clara del futuro de la empresa, solo el 10% considera que la comunicación interna es efectiva. Santhosh (2024) sugiere que, aunque muchas empresas logran transmitir información básica sobre sus metas y objetivos, la precisión y validez en la comunicación interna a menudo no se consideran adecuadas. Estos problemas sugieren áreas críticas que necesitan ser abordadas para mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente, esta información coincide con Mercer (2024) sobre cómo, la claridad en la visión organizacional y la participación activa de los empleados en la definición de objetivos son fundamentales para el alineamiento y el compromiso de los equipos con los objetivos de la empresa.

El nuevo plan estratégico propuesto para Courier Shalom se centra en mejorar la seguridad y rapidez del servicio, aumentar la frecuencia de uso y recomendaciones, gestionar problemas de manera eficiente, y mejorar la comunicación interna y el ambiente laboral, esta información coincide con el trabajo de Gonzales (2022) pues señala que las capacitaciones mejoran el desempeño de las funciones en una courier además de que incrementan la eficiencia y optimización de procesos. Las estrategias incluyen la implementación de sistemas de seguimiento en tiempo real, programas de capacitación continua para el personal, desarrollo de programas de recompensas para clientes frecuentes, y campañas de marketing dirigidas, estos resultados coinciden con los de Rodríguez y Pulache (2023) pues señalan que, para aumentar la cantidad de clientes, es fundamental llevar a cabo capacitaciones mensuales sobre técnicas de ventas, manejo de objeciones y retención de clientes.

La evaluación del nuevo plan estratégico debe considerar los cambios en los indicadores clave de rendimiento y la percepción de los clientes y empleados. Se prevé que las mejoras en la seguridad y rapidez del servicio, junto con una gestión más eficiente de problemas y una comunicación interna mejorada, resulten en una mayor satisfacción y lealtad del cliente, estos resultados coinciden con López (2021) pues menciona que el 75% de empresarios de 8 microempresas courier de Pucallpa, están completamente comprometidos con resolver los reclamos y reconocen la necesidad de mejorar el servicio al cliente para garantizar la confianza de los usuarios. La implementación de nuevas tecnologías y procesos puede presentar desafíos iniciales, pero con una gestión eficaz del cambio, estos pueden ser superados, esta información coincide con el trabajo de Cruz et al. (2023) pues mencionan que llevar a cabo campañas que promuevan una mejor comunicación entre los empleados para aumentar la confianza y comprensión de sus necesidades permite mejorar su desempeño.

CONCLUSIÓN

El diagnóstico del servicio de Courier Shalom, basado en encuestas a 383 clientes y 10 empleados, reveló que los clientes valoran principalmente la seguridad y la rapidez en las entregas (42.1% y 31.6%, respectivamente), aunque también se mencionaron problemas de retrasos y paquetes en mal estado, los cuales se gestionan satisfactoriamente en su mayoría. Un 56.1% de los clientes recomendaría el servicio y el 40.4% lo usa ocasionalmente. Todos los empleados comprenden y participan en la visión estratégica de la empresa, pero solo el 10% considera que la comunicación interna es clara y efectiva. El análisis FODA mostró fortalezas como la alta valoración de la rapidez y seguridad, y un ambiente laboral colaborativo; debilidades como problemas en las entregas y comunicación interna deficiente; oportunidades en la implementación de nuevas tecnologías y programas de fidelización; y amenazas como la alta competencia y las crecientes expectativas de los clientes.

El plan estratégico para la administración de Courier Shalom se enfoca en mejorar la seguridad y la rapidez del servicio, aumentar la frecuencia de uso y recomendaciones, y gestionar efectivamente los problemas y la atención al cliente. Para lograrlo, se propone implementar sistemas de seguimiento en tiempo real, ofrecer programas de capacitación continua y utilizar software de optimización de rutas. Además, se sugiere la creación de programas de recompensas para clientes frecuentes, desarrollar campañas de marketing dirigidas y ofrecer incentivos por recomendaciones. El plan también incluye la implementación de un sistema centralizado para la gestión de incidencias, capacitación en atención al cliente y resolución de conflictos, y la creación de canales de retroalimentación constante. Para garantizar la transparencia y accesibilidad de los precios, se recomienda desarrollar un portal web informativo y realizar análisis regulares de la política de precios. Asimismo, se planea mejorar la comunicación interna mediante reuniones periódicas, plataformas de comunicación

interna y programas de reconocimiento. Finalmente, se sugiere crear planes de carrera personalizados, organizar actividades de integración y utilizar herramientas de análisis de datos para implementar tecnologías avanzadas.

La evaluación del impacto del plan estratégico de Courier Shalom muestra que, tras su implementación, se espera un aumento en la satisfacción y lealtad del cliente, una mejora en la capacitación y desarrollo profesional, y un ambiente laboral más positivo y colaborativo. Sin embargo, también se prevén desafíos en la adaptación a nuevas tecnologías y la gestión del cambio. Las oportunidades potenciales incluyen un incremento en la lealtad y frecuencia de uso de los servicios, expansión del mercado y continua innovación, mientras que las amenazas abarcan la reacción de la competencia, expectativas crecientes de los clientes y desafíos tecnológicos. Un nuevo análisis FODA post-implementación resalta fortalezas como mayor satisfacción del cliente y mejor comunicación interna, junto con debilidades y oportunidades relacionadas con la adaptación tecnológica y gestión del cambio.

CONFLICTO DE INTERES

Los autores declaran no tener conflicto de intereses.

CONTRIBUCION DE LA AUTORIA

Omar Farfan Canchis: Redacción del documento, Análisis del Sector Courier en Chimbote, Diseño del plan estratégico, Diseño de encuestas y recolección de datos, Análisis de datos, Revisión, Edición y Validación del Documento.
Valery Muñoz Villanueva: Redacción del documento, Análisis del Sector Courier en Chimbote, Diseño del plan estratégico, Diseño de encuestas y recolección de datos, Análisis de datos, Revisión, Edición y Validación del Documento.
Alexandra Obando Rubio: Redacción del documento, Análisis del Sector Courier en Chimbote, Diseño del plan estratégico, Diseño de encuestas y recolección de datos, Análisis de datos, Revisión, Edición y Validación del Documento.
Daniel Pita Quiliche: Redacción del documento, Análisis del Sector Courier en Chimbote, Diseño del plan estratégico, Diseño de encuestas y recolección de datos, Análisis de datos, Revisión, Edición y Validación del Documento.

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

REFERENCIAS

Astete, E.; Lindo, C.; & Quiroz, M. (2019). Plan Estratégico: Empresa de servicios de courier y paquetería, GTL Express S.A.C. en la ciudad de Limsa. Universidad San Ignacio de Loyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/b6051f19-2044-47f3-9375-099c827922e6>

Barbarán, M. (2021). ATENCIÓN AL CLIENTE PARA ASEGURAR LA FIDELIZACIÓN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO: CASO EMPRESA MENSAJERÍA RAPIDA JVM E.I.R.L-CALLERÍA, 2019. Repositorio Institucional de la Universidad ULADECH Católica. Recuperado el 14 de julio de 2024, de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/28758/ATENCION_CLIENTE_BARBARAN_TORRES_MERCEDES.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Castillo, R. (2020). Planeamiento estratégico para mejorar la gestión administrativa de la empresa Grupo Strategys S.A.C, Trujillo, 2019. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Trujillo]. <https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/16578>

Celi, P.; Campos, R.; Garay, V.; & Ortiz D. (2022). Unirioja. Vol. 8, núm. 2, pp. 3-21 Es. Recuperado el 22 de abril de 2024 de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8383445.pdf>

Chaves, A. (2018). La utilización de una metodología mixta en la investigación social. ISBN: 978-9942-24-087-3. <http://hdl.handle.net/10272/15178>

Cruz, E., Jave, D. et al (2023). Relación de la inteligencia emocional en el desempeño de los colaboradores de la empresa E&G Courier E.I.R.L. Trujillo, 2022. Repositorio Institucional de la Universidad Privada Antenor Orrego. Recuperado el 14 de julio de 2024, de https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12759/12692/REP_ELDA.CRUZ_DANIELA.JAVE_INTELIGENCIA.EMOCIONAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cruz, MA y Trasladino, A. d. (2023). *Propuesta de estrategia de innovación para la empresa Servientrega SA que le permita continuar consolidándose como una compañía líder en servicios de logística* [Tesis de maestría, Universidad EAN]. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10882/12768>

Gonzales, I. (2022). Implementación de mejoras en la gestión de una empresa de courier, carga y mensajería. Recuperado el 15 de julio de 2024, de <https://pirhua.udep.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/fb689123-cbbb-4650-b219-ef1a42dce75a/content>

Guevara Alban, G., Verdesoto Arguello, A., & Castro Molina, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173. doi:10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173. Recuperado el 24 de Junio del 2024, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7591592.pdf>

Hernandez Mendoza, S., & Duana Avila , D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico De Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 9(17), 51-53. <https://doi.org/10.29057/icea.v9i17.6019>

Holguino, C., & Gómez, P. (2021). Marketing relacional y fidelización del cliente en la empresa Olva Courier, Arequipa 2021. Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo. Recuperado el 14 de julio de 2024, de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/74820/Holguino_CPS-G%20c3%b3mez_PSD-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Jaramillo, S. A. (2019). Planeación estratégica y su aporte al desarrollo empresarial. *Espíritu Emprendedor TES*, 3(1), 64-73. <https://doi.org/10.33970/eetes.v3.n1.2019.127>. Recuperado el 26 de Junio del 2024; de <https://www.espirituemprededores.com/index.php/revista/article/view/127>

Levin, R. I. (2004). *Estadística para Administración y Economía* (Séptima edición ed.).Naucalpan de Juárez: Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana Reg.Num. 1031. Recuperado el 22 de Abril de 2024, de https://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/ebooks/Estadistica%20para%20administracion%20y%20economia%20Levin%20et%20al.pdf

López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2021). La encuesta. Recuperado de <https://mdx.cat/handle/10503/105303>

Mercer. (2024). Global talent trends. Recuperado el 14 de julio de 2024, de <https://www.mercer.com/insights/people-strategy/future-of-work/global-talent-trends/>

Requena, B. (2014). Muestra Estadística. Recuperado el 22 de abril de 2024 de <https://www.universoformulas.com/estadistica/descriptiva/muestra-estadistica/>

San Martin Armijo, C (s.f.). Planeamiento Estrategico de la Biblioteca de la Facultad de Farmacia y Bioquimica de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Peru. Recuperado el 22 de Abril de 2024, de https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/human/san%20martin_ac/cap2.pdf

Sánchez Huerta, D. (2020). Análisis Foda o Dafo. Recuperado el 22 de Abril de 2024, de <https://dspace.itsjapon.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/2927/1/ANALISIS%20FODA%20O%20DAFO.pdf>

Santhosh. (2024). Improving workplace communication skills in 2024: Top barriers and best practices. CultureMonkey. <https://www.culturemonkey.io/employee-engagement/improving-workplace-communication/>

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.