



Universidad
Norbert Wiener

Facultad de Ingeniería y Negocios

Escuela Académico Profesional de Ingenierías

**Implementación del área de servicio al cliente en el centro
de distribución de la empresa Frialsa**

**Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el título
profesional en Ingeniero Industrial y de Gestión Empresarial**

Estudiante:

Guerrero Saavedra, José Alberto

Identificador orcid:

0000-0002-1463-5141


Asesor Temático:

Mag. Ricardo Muñoz Muñoz

Identificador orcid del Asesor:

0000-0002-1768-0650

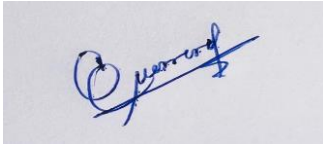
**Lima, Perú
2023**

 Universidad Norbert Wiener	DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA Y DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN		
	CÓDIGO: UPNW-GRA-FOR-033	VERSIÓN: 01 REVISIÓN: 01	FECHA: 08/11/2022

Yo, José Alberto Guerrero Saavedra, egresado de la Facultad de Ingeniería y Negocios Escuela Académica Profesional de Ingenierías de la Universidad privada Norbert Wiener declaro que el trabajo académico **“Implementación del área de servicio al cliente en el centro de distribución de la empresa Frialsa”** Asesorado por el docente: Muñoz Muñoz, Ricardo DNI 08248951 ORCID: 0000-0002-1768-0650 tiene un índice de similitud de 4% (cuatro) con código oid:14912:223376486 verificable en el reporte de originalidad del software Turnitin.

Así mismo:

1. Se ha mencionado todas las fuentes utilizadas, identificando correctamente las citas textuales o paráfrasis provenientes de otras fuentes.
2. No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquella señalada en el trabajo.
3. Se autoriza que el trabajo puede ser revisado en búsqueda de plagios.
4. El porcentaje señalado es el mismo que arrojó al momento de indexar, grabar o hacer el depósito en el turnitin de la universidad y,
5. Asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión en la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas del reglamento vigente de la universidad.



.....
 Firma de autor

Egresado: José Alberto Guerrero Saavedra
 DNI: 71926717



.....
 Firma

Muñoz Muñoz, Ricardo
 DNI:08248951

Lima, 03 de abril del 2023

Agradecimientos

Agradezco a Dios, a mis padres por siempre apoyarme y a Rosita, la madre de mi pequeña Aylen, que siempre me impulsa a seguir creciendo.

También agradezco a mi asesor que me oriento hasta el final, ya que gracias a sus enseñanzas puede realizar este proyecto que es tan importante para mí.

Resumen

El presente trabajo de suficiencia profesional busca identificar cuáles son los motivos que provoca a un cliente insatisfecho, así como la forma de poder mitigar las causas con el único propósito de que el cliente sienta comodidad con los servicios que le ofrecemos. Las teorías que utilizamos en el siguiente trabajo nos da a conocer sobre lo importante que es en nuestro país el servicio al cliente en las empresas, ya que una atención de calidad, la resolución de dudas y quejas de manera rápida y precisa da como resultado a un cliente satisfecho, próximo a una fidelización. Los centros de distribución es otra teoría en el cual se basó el informe, ya que en el centro de distribución de Frialsa fue donde se dio la experiencia profesional. Los CEDIS son espacios físicos en donde se realiza el almacenamiento de mercadería, así como las operaciones que se dan dentro del almacén, como el empaqueo, paletizado, re paletizado, etc. La metodología del informe utilizada es demostrar la relación de los fundamentos teóricos y conceptuales con la experiencia profesional desarrollada. Los fundamentos ayudaron de manera concisa a realizar las bases del presente informe.

En la aplicación de los puntos ya mencionados, se mejoró el tiempo de respuesta con relación a los clientes en ventanilla en el CEDIS de Frialsa. También se consiguió que los clientes fueran más ordenados para una atención más ágil en los almacenes. Y con el aporte sobre la base de datos se mejoró el ingreso de información en el WMS, evitando duplicidades y posibles errores. En conclusión, la calidad de servicio que ofrecemos tiene relación directa con la satisfacción del cliente

Palabras clave: Logística, Servicio al cliente, Centros de Distribución, Sistema de gestión de almacén (WMS), Calidad de servicio.

Abstract:

This professional sufficiency work seeks to identify the reasons that cause a dissatisfied client, as well as the way to mitigate the causes with the sole purpose of making the client feel comfortable with the services we offer. The theories that we use in the following work make us aware of how important customer service is in our country in companies, since quality service, the resolution of doubts and complaints quickly and accurately results in a satisfied customer, close to a loyalty. The distribution centers is another theory on which the report was based, since the Frialsa distribution center was where the professional experience took place. The CEDIS are physical spaces where the storage of merchandise is carried out, as well as the operations that take place within the warehouse, such as packaging, palletizing, re-palletizing, etc. The methodology of the report used is to demonstrate the relationship of the theoretical and conceptual foundations with the professional experience developed. The fundamentals helped in a concise way to make the bases of this report.

In the application of the aforementioned points, the response time in relation to customers at the window in the Frialsa CEDIS was improved. Customers were also more orderly for more agile service in stores. And with the contribution on the database, the entry of information in the WMS was improved, avoiding duplication and possible errors. In conclusion, the quality of service we offer is directly related to customer satisfaction.

Keywords: Logistics, Customer service, Distribution Centers, Warehouse Management System (WMS), Service quality.

Índice

Resumen:	3
Abstract:	4
Introducción:	7
Capítulo I: Antecedentes y descripción general de la empresa	9
1.1. Descripción general de la empresa	9
1.2. Antecedentes	11
1.3. Realidad problemática	12
1.4. Objetivo General:	15
1.5. Descripción general de la experiencia	15
Capítulo II: Fundamentos Teóricos	17
2.1. Bases teóricas	17
2.2. Bases conceptuales	20
2.3. Información de la empresa	22
2.4. Descripción del puesto	23
Capítulo III: Aporte y Desarrollo de la experiencia	26
3.1. Contextualización	26
3.2. Descripción detallada de la experiencia	26
3.3. Análisis de la experiencia:	34
3.4. Aportes:	35
Capítulo IV: Propuestas	39
Capítulo V: Conclusiones	40
Capítulo VI: Recomendaciones	41
Referencias	42

Índice de figuras

Figura 1. Organigrama de la empresa.....	10
Figura 2. Diagrama de Ishikawa.....	14
Figura 3. Formato de hoja de tiempo.	27
Figura 4. Proceso de un recibo.....	29
Figura 5. Proceso de un pedido.....	30
Figura 6. Formato de Packing list para ingresos.....	31
Figura 7. Formato de Packing list para pedidos.	32
Figura 8. Formato de validación de cargos.	33
Figura 9. Base de datos de transportes.	36
Figura 10. Macro de base de datos.	36
Figura 11. Formulario de especificaciones técnicas del producto.	38

Introducción

La calidad de atención de los clientes en el CEDIS de la empresa Frialsa es el tema que se va a desarrollar. El objetivo principal es la implementación del área de servicio al cliente en el CEDIS de la empresa Frialsa. Los objetivos específicos son: a) Estandarizar procesos de atención tanto para salidas como para ingresos de los clientes, b) Establecer formatos para el control y seguimiento de los servicios que estamos ofreciendo a los clientes. Entre los aportes se tiene el establecer en Excel una base de datos que evite la duplicidad de información en el sistema

La satisfacción del cliente habla por la calidad de servicio que le estamos ofreciendo, por ello se ha analizado las causas que provoca que el cliente no se sienta satisfecho y que medidas se pueden tomar para mejorar el servicio que se le ofrece, enfocados a los objetivos que hemos mencionado. Estas medidas serán desarrolladas punto por punto para su entendimiento, de tal manera que se pueda fidelizar al cliente con un servicio de excelencia.

La justificación del informe es sobre demostrar relación tiene la experiencia profesional con las teoría y bases conceptuales, demostrando de esta manera, la aplicación de lo aprendido en el área de trabajo, con funciones que se desarrollan en el día a día. La aplicación de la logística en el rubro de almacenamiento es muy amplia, por la cual se describirá de forma detallada la experiencia profesional en el área de servicio al cliente en un centro de distribución.

La estructura del informe se da desde el primer capítulo que consiste en la descripción general de la empresa, así como los antecedentes y la problemática. En el segundo capítulo se abarcará en como los fundamentos teóricos y conceptuales se relaciona con la experiencia de suficiencia profesional. En el tercer capítulo se explicará de forma más detallada la experiencia profesional propiamente dicha, también se hablará sobre la contextualización y los aportes que se presentó a la empresa. En el cuarto capítulo se hablará sobre las propuestas que se realizaron para mejorar el funcionamiento del área. Para finalizar se hablará de las conclusiones y las recomendaciones que se tiene sobre el presente informe.

Los alcances que abarcara dentro del Centro de distribución serán para el área de almacén, calidad, transporte y nuestra área de servicio al cliente con el único fin que sería brindar un servicio de calidad que traería como consecuencia la satisfacción de todos los clientes. Las limitaciones que se presentaron por el presente autor fue la falta de información que se necesitaba ya que no era el encargado del área, a pesar de eso, se realizo el informe de manera exitosa, explicando de forma detallada todos los puntos mencionados en la estructura del informe. Cumpliendo de esta manera con el desarrollo del tema que es la implementación del área de Servicio al cliente en uno de los CEDIS de la empresa.

Capítulo I: Antecedentes y descripción general de la empresa

1.1. Descripción general de la empresa

Frialsa es una empresa ubicada dentro del sector logístico, dedicada al almacenaje de productos frescos y congelados de todo tipo de alimentos como carnes, pescados, frutas, helados, etc. La empresa tiene sus inicios en el país de México, en el año 1986, desde ese entonces la empresa se dedicó a su expansión por todo el país hasta conseguir más de 27 CEDIS, siendo la empresa más importante en el país. La expansión no solo fue en México, sino que también comenzaron con la internacionalización donde el punto de partida fue en el Perú, primero con la planta ubicada en Lurín y ahora con esta nueva planta ubicada en el Callao.

Esta nueva CEDIS ubicada en el Callao, cuenta con 4 cámaras de almacenamiento y una capacidad de almacenaje de hasta 13.000 toneladas. La temperatura en la que están almacenados puede alcanzar hasta una temperatura de -29°C y la temperatura de túnel puede alcanzar hasta -32°C . El rack puede soportar hasta una tonelada y alcanza una altura de 2 metros.

Esta planta brinda servicios de alta calidad como son el servicio de almacenaje de productos, el servicio de carga y descarga de mercadería, el servicio de túneles para los productos que llegan frescos y que van a pasar un golpe de frío, empacado de productos según el requerimiento del cliente, pero sin sobrepasar la altura y el peso del rack, el servicio de selección para poder separar los lotes cuando los productos llegan mezclados o sin rotular, el servicio de etiquetado de productos con la información necesaria que el cliente necesita, el servicio de inventarios, muestreos dependiendo de que paletas necesite el cliente, entre otros.

Los clientes más importantes que tiene la planta son los siguientes:

- Redondos alimentos, San Fernando, Del Ande alimentos, South Pacific International, Nestlé, Virú, Exalmar, Mebol, entre otros clientes.

1.1.1. Misión de la empresa

“Proveer soluciones integrales de almacenaje y distribución en la cadena de frío, con servicio de excelencia, desarrollo de talento, responsabilidad social y cuidado del medio ambiente” (FRIALSA, 2021)

1.1.2. Visión de la empresa

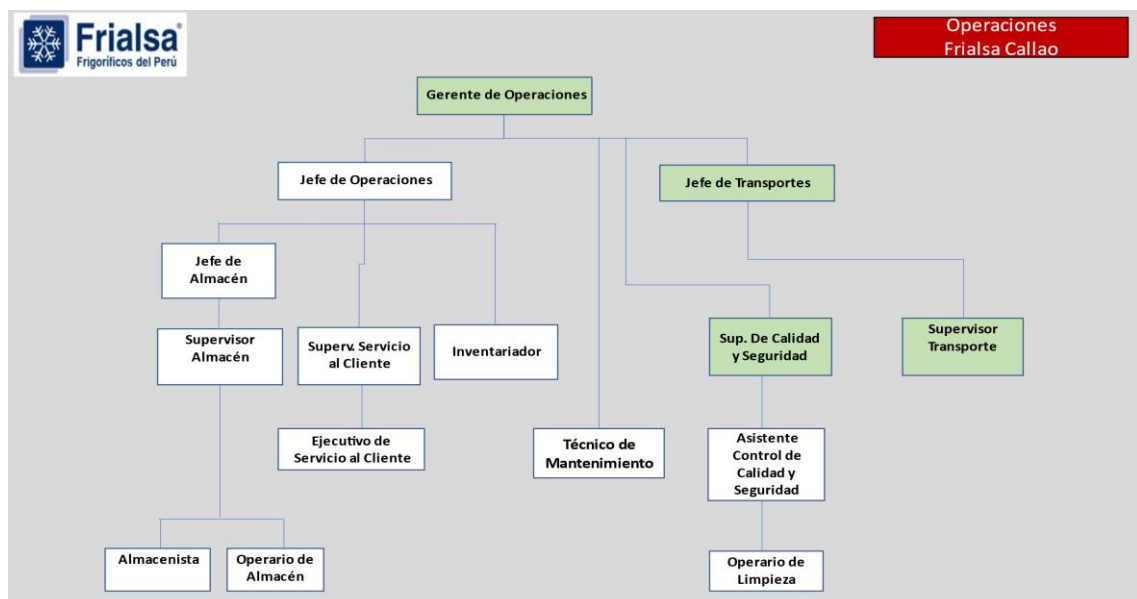
“En 2025 seremos líderes en Perú, expandiendo las operaciones en Sudamérica, ofreciendo soluciones integrales de almacenaje y distribución en la cadena de frío, servicio de excelencia y valor agregado para nuestros clientes y la sociedad “(FRIALSA, 2021)

1.1.3. Organigrama de la empresa:

En la Imagen 1 se muestra el organigrama que maneja el CEDIS Callao, este modelo es de la autoría de la misma empresa:

Figura 1

Organigrama de la empresa.



Fuente: Frialisa.

1.1.4. Otros de importancia:

Otra área que se está desarrollando es el área de transporte, ya que es un área relativamente nueva en la cual está teniendo participación poco a poco en la empresa.

Esta área es la encargada del transporte de la mercadería por solicitud del cliente hacías

sus respectivas plantas o dependiendo de las necesidades del cliente. Estos traslados se realizan con transportes de la misma empresa o por terceros.

1.2. Antecedentes

Zevallos R., (2022) en su investigación nos habla sobre la importancia de identificar los problemas que tiene el área de almacén para poder abarcar esos puntos y mejorarlo. El principal objetivo de la investigación es brindar con exactitud la información de una forma veraz en el momento que se necesario, ya sea por los jefes o por los clientes, para el control de los despachos y para poder verificarse si está conforme con la información que se tiene en el sistema. Se concluyo que al tener un mejor control del almacenaje ayuda a tener una mejor área de trabajo, ya que elimina las tensiones que se generan al no poder encontrar el producto en el momento y provocar la insatisfacción del cliente.

Lopa L., (2021), realizo la investigación sobre la Logística de distribución y calidad de servicio en los colaboradores del centro de distribución. Esta investigación nos habla sobre la necesidad de realizar mejoras sobre los problemas que se tiene en la cadena de suministros, para así buscar posibles soluciones con relación a los proveedores que ayuden a mejorar de forma continua el servicio de calidad que brinda la compañía.

El principal objetivo es ver qué relación tiene la logística que se aplica y la calidad de servicio que tiene el personal del CEDIS de la empresa. Se concluyo que la relación que existe es positiva, ya que si se mejora las estrategias logísticas mejoraría la calidad de servicio al cliente y cumpliría con los requerido por los clientes.

En la investigación realizada por Vela M. (2022) nos habla sobre una problemática que es algo común en la empresa, que es la falta de gestión de inventarios de forma correcta, así como las consecuencias de no distribuirse de una forma correcta, lo que da como resultado la insatisfacción del cliente, sobre todo por el incumplimiento de lo acordado. El principal objetivo de esta investigación es determinar qué relación tiene la calidad de servicio con la logística. En los resultados se concluye que, mediante el resultado de Rho de Spearman, en la cual se tiene que mientras tengamos en logística una mejor gestión se podrá ofrecer un mejor servicio de calidad.

También tenemos a Fernández M., (2019) que en su investigación nos habla sobre los

problemas que se presentan en el almacén, ya que los procesos que se desarrollan se dan de una forma empírica, por lo que esto genera errores, desde el momento que se recepción la mercadería, dejando mercadería en los pasillos por falta de espacios y mal apilamiento de mercadería lo que genera perjuicios tanto como para el personal operativo como para la empresa misma. También se ha observado que no se encuentran los productos en sus ubicaciones, lo que genera la demora al armar los pedidos de los clientes y esto genera una productividad negativa en la empresa.

El principal objetivo de este informe es determinar si el servicio al cliente aumenta con una mejor gestión del almacén. Se concluyo que la gestión del almacén mejoro las entregas de los pedidos en el tiempo solicitado y la fiabilidad de todas las entregas en el CEDIS de la empresa en mención.

1.3. Realidad problemática

En la actualidad, algunas empresas creen que con solo ofrecer sus productos o servicios es lo suficiente para que puedan generar rentabilidad en el mercado, pero no siempre es así. Cada vez los clientes se vuelven más exigentes al momento de realizar una adquisición o en la contratación de un servicio, tanto que las empresas encuentran la necesidad de reinventarse para tener a sus clientes satisfechos.

Como sabemos, el recurso humano es el responsable de la ejecución de los servicios, como son los clientes internos que son una parte vital de la empresa, ya que depende de ellos el éxito de la empresa, pero no todos saben lo importante que es ofrecer un servicio de calidad. El cliente al no estar satisfecho con lo que le ofrecen, deciden buscar otras opciones, lo que hace difícil realizar una medición de los servicios que le ofrecemos a nuestros clientes, ya que está relacionado con la misma satisfacción que tiene el cliente.

En el Perú, algunos Centros de Distribución no saben sobre la importancia de lo que es tener un servicio de calidad. Los negocios dependen de nuestros clientes, por lo cual deben de ser tratados con suma importancia. Los clientes son los que nos generan la rentabilidad en nuestras empresas, por lo cual, se le debe de dar las soluciones a los problemas que se generen en forma inmediata, de lo contrario, la insatisfacción de nuestros clientes puede hacer que se vayan de la empresa y que hablen sobre su mala experiencia.

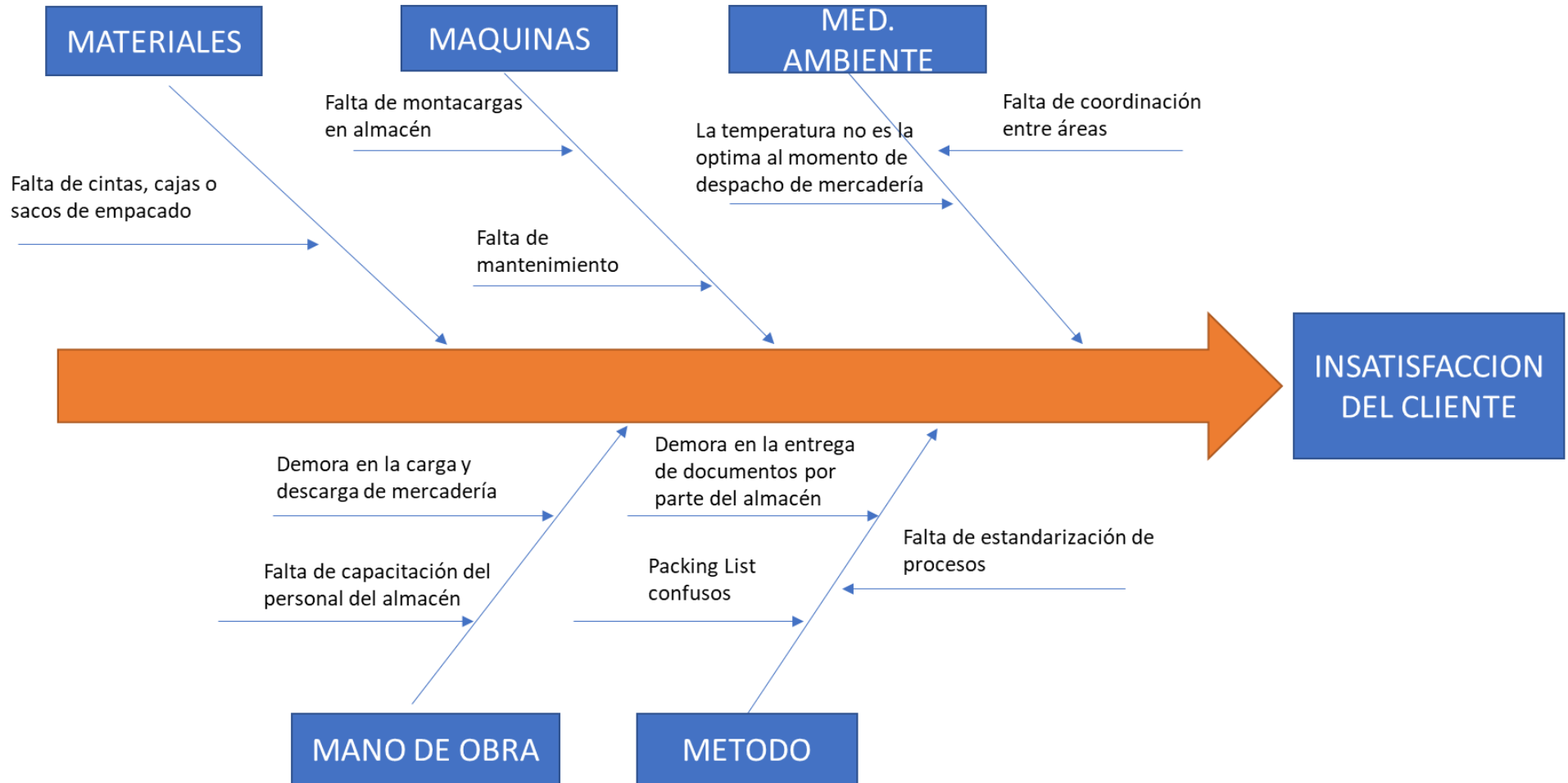
Frialsa, al tener una planta nueva en el ubicada en el Callao, presenta muchos problemas por los cuales, los clientes presentan reclamos constantemente, lo cual son atendidos de forma tardía provocando la insatisfacción de ellos.

Las causas que originan que el cliente se sienta insatisfecho se vienen dando por los siguientes problemas:

- Falta de capacitación del personal de almacén.
- Demora en la carga y descarga de mercadería
- Falta de coordinación entre áreas
- Demora en la entrega de documentos por parte de almacén.
- Demora en responder a las inquietudes del cliente.
- Mal Picking de los productos por parte de almacén al momento del carguío.
- Packing list confusos.
- Falta de capacitación sobre el uso de Radio Frecuencia
- La temperatura no es la óptima al momento del despacho de la mercadería
- Los transportes de los clientes son atendidos horas después a pesar de haber llegado a la hora de cita.
- Falta de montacargas en almacén
- Falta de mantenimiento
- Se encuentran cajas rotas al momento del despacho
- Falta de estandarización de procesos

Figura 2

Diagrama de Ishikawa



Al fidelizar a nuestros clientes, nos da una ventaja competitiva que hace que el cliente sienta la seguridad que se le va a dar un servicio de excelencia, también brindar el soporte necesario como el de resolver sus dudas, gestionar sus quejas, tomar notas sobre sus requerimientos, y que los mismos clientes nos recomienden que con otros posibles clientes.

Formulación del problema

- ¿La implementación de un área de servicio al cliente mejoraría la atención en el CEDIS de Frialsa?

Problemas específicos:

- ¿Estandarizar procesos de atención de las salidas así como los ingresos mejoraría la satisfacción del cliente?
- ¿Establecer formatos para el control y seguimiento de los servicios mejoraría el orden en el almacén así como en nuestra área?

1.4. Objetivo General:

- Implementar el área de servicio al cliente en el CEDIS de Frialsa ubicada en el Callao.

1.4.1. Objetivos Específicos:

- Estandarizar procesos de atención tanto para salidas como para ingresos de los clientes
- Establecer formatos para el control y seguimiento de los servicios que estamos ofreciendo a los clientes

1.5. Descripción general de la experiencia

Desde marzo del 2022, se fue contratado el presente autor para desempeñarme en el cargo de Ejecutivo de servicio al cliente para la nueva planta que se iba a aperturar en el Callao. Las capacitaciones se realizaron en la planta que se encuentra en Lurín, en donde nos

explicaron sobre los procesos que se manejan en esa planta y sobre el sistema que íbamos a utilizar.

Las aptitudes que se ha conseguido en el trayecto con el puesto de servicio al cliente fueron las siguientes:

- Resolver las dudas y quejas de los clientes
- Programaciones de citas de los clientes según la capacidad de almacén
- Mejorar la calidad de servicio al cliente
- Monitoreo de transportes
- Priorizar actividades según su importancia con relación a las actividades de almacén
- Creación de formatos en Excel para las funciones del área

Capítulo II: Fundamentos Teóricos

2.1. Bases teóricas

El servicio al cliente:

Según, Díaz, (2017) dice que “servicio al cliente es lo que toda empresa debe otorgar como soporte al producto que se ofrece. Frecuentemente, el servicio al cliente se encarga de contestar las preguntas, recibir las ordenes por parte del cliente, saber administrar las quejas y realizar citas para reparación y mantenimientos”

Según Murillo, (2018) dice que “El servicio al cliente es la operación que se encarga de realizar la vinculación con el cliente al ofrecer herramientas diferentes que ayuden a la satisfacción de las necesidades o de los requerimientos de los clientes respecto a un servicio o un producto”

Según Ventura y Campuzano, (2018) “El servicio al cliente son las actividades que tienen presencia a través del tiempo, ya que no solo se basa en la atención que se ha realizado a la hora de la prestación de los servicios, sino que también se relaciona a las actividades antes del proceso, en el momento y después, de esta forma se procura tener un servicio de excelencia del producto que la empresa brinda”

Según De Diego Morillo, (2018) “Un cliente es una persona que adquiere un bien o un servicio para satisfacer una necesidad. Hay muchos tipos de clientes y hay que emplear con ellos diferentes técnicas de venta hasta que llegamos a fidelizarlo.”

Según Villalba (2018) “El servicio al cliente, así como el Supply Chain, buscan un conocimiento del cliente de forma completa, así como sus requerimientos, sus deseos y expectativas, de esta manera se pueda realizar una segmentación de los clientes a través de la información brindada y así diseñar los paquetes con los servicios según el cliente y que la empresa pueda establecer servicios que se diferencien de los demás.”

Según Morales, (2019) “El servicio al cliente es la forma más óptima que tiene una empresa para poder fidelizar a sus clientes, ya que, de esta forma es como la empresa puede fijar su marca y posicionarse en un mercado cada vez más audaz y exigente”

Según Paz C. (2019) “El servicio al cliente es usada como una estrategia del marketing, no solo para disminuir los errores y así retener una cantidad mayor de clientes, sino para crear un ambiente de mejora de forma continua.

Según Gil (2020), “El servicio al cliente guardan relación con los objetivos de la organización y con las expectativas que espera el cliente de nosotros. El objetivo del servicio al cliente tiene una sola finalidad: Que a través de la calidad de servicio se mejore la experiencia de los clientes.”

Por lo tanto, según mi criterio, el servicio al cliente es el área que se encarga de la resolución de dudas, consultas, quejas y reclamos de los clientes de una manera eficaz para que de esta manera se pueda fidelizar, dando como resultado la satisfacción sobre el producto que estamos ofreciendo.

Calidad de servicio:

Según como indica Gaffar (2018)“ La calidad de servicio se va construyendo en la mente de los consumidores y de los clientes, sobre un servicio a través del conocimiento de todas las necesidades que puede tener un cliente para poder cumplir con todas las expectativas de los clientes con un servicio determinado. La calidad de servicio que brinda la empresa y la satisfacción que se genera en el cliente tienen una relación directa.

Según Khanduri (2021) “Maximiza la importancia de todo el personal con relación a la calidad de servicio, ya que, si se encuentran mejor capacitados, estarán preparados para poder cumplir todas las expectativas de los clientes, y como consecuencia se podrá tener un nivel mayor en la calidad de servicio”

Según Burgos, (2018) “La calidad de servicio es un habito que se da en las organizaciones a través de la práctica y el desarrollo de esta, con el motivo de interpretar todas las necesidades de los clientes dando como consecuencia un servicio accesible, seguro, confiable y adecuado”

Según Aliga y Alcas (2021) “La calidad de servicio tiene su importancia en la gestión de la calidad, la cual es usada para dar referencia a un sistema que relaciona variables que son importantes para su aplicación lo que provoca una mejora en la calidad. Es aquí donde se

dan tres dimensiones: la técnica que se aplican para que las practicas sean de forma efectiva, la forma en cómo se desarrolla para que se concreten las actividades y los principios que orientan las acciones de una organización”

Según Ventura y Campuzano, (2018) “La calidad de servicio que ofrece una organización a sus clientes provoca satisfacción, así como un posicionamiento positivo, ya que, al sobrepasar las expectativas de los clientes, se crean lazos entre los clientes y la empresa. De esta forma, la empresa puede diferenciarse de todas las demás compañías, creando una marca solida ante el cliente

Según Cervantes (2018) “La calidad de servicio que se puede visualizar depende de todo aquello que no se puede visualizar. Esto da conclusión que algún error que se de en la etapa del servicio, cancelara todo lo positivo que haya experimentado el cliente.”

Según Carreño (2018) “La calidad de servicio da indicadores que son claves en todas las empresas, ya sea para empresas privadas como del Estado, esto ayuda a analizar los puntos en donde se pueden mejorar a través de la satisfacción del cliente.”

Según Gil (2020) “El objetivo de la calidad de servicio es perseguir la satisfacción de los clientes, de acuerdo a las necesidades que puedan tener los clientes, por ello, para tener un alto grado de satisfacción, se debe de aplicar los más altos estándares de la calidad.”

Analizando las teorías ya expuestas, llegamos a la conclusión que la calidad de servicio tiene relación directa con la satisfacción de las necesidades de los clientes, superando las expectativas con la mejor calidad posible.

Centro de Distribución:

Según Valencia, (2019) “Los centros de distribución son agrupaciones de almacenes que tienen un ambiente adaptado para almacenar bienes de forma temporal, así como los materiales que requieran resguardo de sus elementos. Deben de estar diseñados para poder recepcionar los materiales, manejo de estos, despachos entre otras actividades requeridas por el talento humano”

Según Amézquita (2019) “Almacén es el lugar donde se guardan las mercancías para que esta manera pueda ser distribuidas hasta su consumo final, la cual normalmente no necesita

una transformación final”

Según Oyarzún, (2018) “Los centros de distribución en la actualidad, permiten almacenar mercancías de empresas varias y de rubros diferentes, esto lleva que los centros de abastecimiento sean de una forma conjunta, para que de esta manera se puede reducir la duplicidad de operaciones, de optimizar el espacio y del talento humano”

Según la empresa AR Racking Perú, (2022) “Tiene como concepto a un espacio físico ya sea un edificio o una construcción que este diseñada para poder recepcionar y despachar la mercadería, cumpliendo con el principal objetivo que es el almacenaje a través de los procesos. En conclusión, un centro de distribución tiene como objetivo el recibir mercadería y almacenarlas hasta el momento de su distribución a los clientes finales.”

Según León Quiroga, (2017) “Es la infraestructura en donde se va a realizar el almacenaje y manipulación de los productos, donde su principal objetivo es el equilibrio entre la oferta y la demanda, donde también se gestiona todas las actividades que se dan en el almacén como el etiquetado, maquila, etc. En el CEDIS se ejecutan procesos de recepción, almacenaje, acopio y salida de la mercadería.”

Según Orsi, (2018) “ Un CEDIS es el espacio en donde se almacenan los materiales y mercancías con el objetivo de realizar las coordinaciones para el desequilibrio entre la oferta y la demanda, incorporando valor en las mercancías a través de las operaciones logísticas (etiquetado, fraccionamiento, etc.)

Analizando las teorías ya expuestas, se llega a la conclusión que un CEDIS es una estructura la cual es utilizada para el almacenaje de los productos, en la cual se realizan operaciones en el almacén como etiquetado, empaçado, Picking, etc.

2.2. Bases conceptuales

Almacén: “Lugar físico donde se recibe y resguarda las mercancías conservando la cantidad y la calidad, para que de esta manera se pueda cumplir con las necesidades de los clientes o del usuario final. (Puede ser almacén de cualquier estructura)” (Villalba, 2018)

Almacenamiento: “Es el proceso que se da en los almacenes y que se tiene como ingresos

o entradas (input) de los bienes, mercadería, productos diferentes entre sí, información de los procesos, así como documentos, ubicación de mercadería, reubicaciones, empaquetado, embalado y los movimientos de los bienes, mercaderías, productos diferentes entre sí, captura y proceso de la información. Salida (output) o despacho de los bienes, mercadería, materiales diferentes entre sí y la generación de la información correspondiente”. (Villalba, 2018)

Cámaras frigoríficas: “Es una instalación de forma industrial en la que podemos almacenar variedad de productos que son perecibles para la conservación de los mismo y su comercialización. Son “cuartos fríos”. (Frigo Diz, 2017)

Cross docking: “Es un sistema en los cuales se reciben los materiales de los proveedores en un CEDIS donde no se guarda, sino se realiza su gestión para su envío más próximo. El objetivo principal es que el inventario improductivo se reduzca, así como los costos de distribución y los tiempos de envíos” (Meléndrez-Acosta, 2018)

Preparación de pedidos o Picking: “Un pedido viene desde su recepción, la extracción de las mercancías que están almacenadas hasta su preparación, así como su traslado al cliente final, operaciones que se realizan por un personal o un equipo de trabajo en el almacén.” (Flamarique, 2019)

Recepción de mercadería: “La descarga se puede dar ya sea de forma manual o con ayuda de máquinas, teniendo en cuenta el número de bultos, y se realiza su paletizado según las características del producto” (Diego Morillo, 2018)

Sistema de gestión de almacenes (WMS): “El WMS se origina como un sistema que ayuda a la planeación, la ejecución de sus procesos, así como su control a través de las operaciones de recepción, almacenaje, gestión de los inventarios, así como despacho de sus órdenes” (Ortiz & Et, 2021).

Supply Chain: “El Supply Chain Management Tiene como objetivo garantizar toda la cadena de abastecimiento en la empresa, a través de los flujos de ingresos y despachos a una forma eficaz, utilizando de una forma óptima los recursos desde que es entregado por los proveedores hasta que llega al cliente, brindando un servicio de calidad.” (Correa Mejía & Et, 2020)

Programación de vehículos: “La programación de vehículos consiste en coordinar y programar las fechas, en qué hora se atenderá, en que puertos llegará y la salida de los transportes para dejar y transportar la mercancía”. (Arrieta P., 2019)

Packing list: “El Packing list es un documento en donde se detalla información de suma importancia como es la cantidad, el peso bruto y neto, las dimensiones del producto, su empaque, los datos de donde proviene como también su destino final.” (Sanguinetti A., 2017)

Muelles: “Los muelles son estructuras o plataformas cuya finalidad es que el suelo del almacén quede a la misma altura del contenedor del transporte” (Escudero Serrano, 2019).

Trazabilidad: “Es la información del producto desde el momento de su producción hasta el cliente final” (De la Arada Juárez, 2019)

2.3. Información de la empresa

Frialsa es una empresa mexicana líder en almacenaje de productos frescos y congelados. La empresa se encuentra ubicada dentro del rubro logístico, y ya cuenta con más de 27 CEDIS entre México y Perú. La competencia en Perú es cada vez mayor, tenemos algunos como que son competencia directa como Ransa, Frionarval, Alfrimac, etc.

La planta que se encuentra ubicada en el Callao cuenta con 11035 posiciones, de las cuales 620 son posiciones refrigeradas y 10415 posiciones congeladas, siendo una de las plantas de almacenaje en frío del Callao. Sus cámaras de congelamiento alcanzan temperaturas desde los -29°C hasta los -32°C y los racks están diseñados para que puedan almacenar productos de casi 1 tonelada, con una altura de 2 metros.

Los servicios que brinda Frialsa son de alta calidad y las cuales son respaldados por nuestros clientes mas importantes como son Redondos, San Fernando, Del Ande, Viru, Nestle, Mebol, South Pacific International, entre otros clientes que también tienen mercadería en la planta de Lurín.

2.4. Descripción del puesto

El presente autor fue contratado para desempeñar las funciones de Ejecutivo de servicio al cliente. Para poder realizar las funciones del puesto, se le fue capacitado en la planta que se encuentra en Lurín. También nos capacitaron sobre el sistema que se iba a utilizar, que sería el WMS.

Las funciones diarias que se desarrollan como ejecutivo de servicio al cliente son las siguientes:

- Registra documentalmente y/o en el sistema, todas las entradas, salidas y reubicaciones de mercancía del almacén, coordinando con el área de almacén, vigilancia, tesorería, calidad y/o transporte cuando sea necesario.
- Verificación de documentos generados por los movimientos de mercadería y/o servicios
- Registro y seguimiento de tareas encomendadas al área de almacén (bitácora)
- Recepción, Clasificación y Archivo de documentos de transacción (Guías TS - Transacción de salida y TI - Transacción de Ingresos).
- Comunicación directa y vía correo y telefónica con todos nuestros clientes internos y externos en caso de consultas o reclamos.
- Apoyo al área de almacén durante los inventarios mensuales. Identificar y reportar a jefaturas o gerencias pertinentes, cualquier desviación respecto a la aplicación de los debidos controles del inventario.
- Enviar a solicitud del cliente la información del stock de su mercadería en coordinación con el área de Almacén, también reportes con frecuencia diaria, semanal y mensual o a requerimiento.
- Registrar diariamente la ocupabilidad y disponibilidad de las cámaras
- Enviar reporte diario de stock general de clientes internos y externos, comunica oportunamente a los clientes las incidencias que con relación a sus productos se presenten durante la operación del almacén.
- Apoyo en la implementación de los procedimientos para el mejorar el sistema WMS

Las funciones que se dan actualmente como área de Servicio al cliente son las siguientes:

- El área se encarga de dar soporte a almacén
- Responder a las necesidades del cliente
- Brindar información solicitada por el cliente

- Brindar información a almacén sobre el tipo de mercadería que ingresa a planta, así como su ficha técnica y el empaçado

Se ha analizado los datos y se puede mejorar lo siguiente:

- Se ha analizado que la comunicación entre el área de Servicio al cliente y el área de almacén no siempre es la mejor. El área de servicio al cliente se encarga de que se ejecute todos los servicios que requiere el cliente, pero a veces el área de almacén no cuenta con la capacidad operativa para brindar todos los servicios en ese mismo momento. Se ha presenciado carros en espera de más de 1 día, trayendo consigo las molestias de los clientes.
- Algunos clientes envían su queja de manera formal por correo e incluso indican que ellos no asumirán el costo de sobreestadía de las unidades por los retrasos que genera almacén.
- Todas las molestias y descargos de los clientes son recibidas por el área de servicio al cliente, pues tiene que explicar el motivo del retraso de la operación y también ofreciendo las disculpas del caso. Aparte también se le brinda soluciones al cliente dependiendo del problema.

Describe algunas debilidades que se pueden mejorar en tu puesto de trabajo.

- Los relevos en los cambios de turnos es un punto que aún tiene debilidades, ya que no se le informa de todo lo que está quedando pendiente al otro Ejecutivo.
- Los correos que son enviados por los clientes no son contestados en su debido momento, ya sea por el excesivo trabajo o porque simplemente no se vio.
- La repartición de actividades entre los ejecutivos debería de ser acabadas dentro de su turno y no en el siguiente turno.
- Al tener recibos y pedidos abiertos genera un problema para los clientes, ya que, al no cerrarse por sistema, el cliente no puede visualizar el stock de la mercadería que acaba de ingresar o el descuento de un despacho en su stock.
- No se le da toda la información completa al almacén al momento de realizar un ingreso o una salida, esto provoca retrasos al momento de la operación.
- Se le da información errónea a almacén como la cantidad de bultos por caja, esto ha generado que almacén baje de nuevo las paletas para un reempaque, generado reprocesos y costos.

Al desempeñar todas las funciones en el transcurso de este tiempo trajo consigo los

siguientes aprendizajes:

- En este tiempo el autor ha aprendido a comunicarse con los clientes de una forma más abierta en atención a sus necesidades.
- La programación de las citas a los clientes para el ingreso de sus contenedores se programa de acuerdo con la capacidad operativa de almacén, pues hay que tener en cuenta que no todo el personal llega a laborar y eso puede perjudicar la capacidad de reacción antes las operaciones. Esto trae como consecuencia que se produzca largas colas de contenedores y por ende la insatisfacción del cliente.
- Se ha aprendido a utilizar el ERP-WMS. En el WMS se genera lo que son los ingresos y las salidas de mercadería. Podemos generar cobros y revisar los cobros que ha generado el área de almacén por los servicios realizados.
- Se ha aprendido a realizar las trazabilidades solicitados por el cliente o por el área de calidad con los reportes del WMS.
- Se ha aprendido que el nivel de servicio que se brinda debe de ser óptima para que el cliente se sienta satisfecho con nuestros servicios, ya que de esta manera fidelizamos al cliente.
- Se ha aprendido que la insatisfacción del cliente es un reflejo de nosotros como empresa, ya que es un indicador de que algo estamos haciendo mal, ya sea por la parte comercial u operativa
- Se ha aprendido que se tiene que entender primero sobre la información que envía el cliente al Área de servicio al cliente para su interpretación y de esa manera darle una información entendible y concisa sobre los servicios que requiere al cliente al área de almacén para que puedan realizar un óptimo trabajo.
- Efectúe una descripción del Trabajo que has desempeñado en la empresa.

Capítulo III: Aporte y Desarrollo de la experiencia

3.1. Contextualización

Frialsa es una empresa que se desarrolla dentro del sector logístico donde la principal actividad es el almacenaje de productos secos, frescos y congelados.

La empresa tiene su origen en México, en el año 1986, en la cual, actualmente cuenta con más de 27 centros de distribución en dicho país, siendo reconocido como una de las principales empresas de almacenaje en México.

En Perú comenzó sus operaciones en el año 2019, iniciando por la planta que se encuentra ubicada en Lurín. Cabe recalcar que dentro de ese tiempo comenzó con el brote del COVID-19, siendo una experiencia dura para una planta que recién se estaba aperturando en nuestro país, pero a pesar de eso, la empresa se adaptó a las nuevas reformas de trabajo considerando las normas de bioseguridad para la protección de sus trabajadores.

Con las nuevas medidas de bioseguridad, la empresa siguió con sus operaciones, lo que permitió no sucumbir ante el alto porcentaje de despidos que se presentaban en otras empresas, esto con el fin de no abandonar al talento humano en los momentos más difíciles.

Para el año 2022, ante la incertidumbre económica que venía cruzando el país por los problemas políticos y aun con las secuelas del coronavirus, Frialsa apertura una segunda planta en el Perú, la cual estaría ubicada en el Callao. La planta comenzó sus operaciones en abril, que sería el mes en donde se comenzaría a desarrollar la experiencia profesional y en la cual concluyo en julio del mismo año.

En la actualidad, ambas sedes vienen operando con total normalidad, donde la adquisición de grandes clientes está ayudando al crecimiento y la futura expansión de la empresa, ya que se tiene proyectado seguir con la apertura de más CEDIS en otras partes de Perú.

3.2. Descripción detallada de la experiencia

Para la implementación del área de servicio al cliente, se realizaron mapas conceptuales de cómo debería ser la atención de los clientes, ya que cada planta de la empresa tiene una forma de cómo se realiza la atención.

En este mapa conceptual se revisa paso a paso el proceso que debe de pasar el cliente desde el momento que el transporte ingresa a planta hasta el momento en que el encargado ingresa al almacén, pero este depende si el cliente va a realizar un ingreso de mercadería a nuestros almacenes o una salida.


Pero antes de comenzar con las implementaciones, es necesario mencionar un documento que es de importancia tanto para el área de Servicio al cliente como para el área de Almacén.:

La hoja de tiempo:

La hoja de tiempo es el documento que le entrega el personal de Garita a los choferes para que lo puedan presentar en ventanilla de Servicio al cliente. Con esta hoja de tiempo nosotros verificamos la hora que ingreso el transporte a planta, el tipo de transporte, las placas del transporte, los datos del chofer, la línea de transporte, de parte de que cliente viene y en qué forma esta que trae la mercadería, si viene a granel o de forma paletizada. En la figura se observa el modelo utilizado:

Figura 3

Formato de hoja de tiempo.

 CIERRE FOTO FIRMA CITA											
RENDIMIENTO DE TIEMPOS DE OPERACIONES Y TRANSPORTES										FOLIO: _____	
CEDIS: GB - CALLAO		No. DE DOCUMENTO DEL CLIENTE: _____						FECHA: _____			
LINEA TRANSPORTISTA: _____				TIPO DE TRANSPORTE: <input type="checkbox"/> CAMIONETA <input type="checkbox"/> FURGON <input type="checkbox"/> TRAILER <input type="checkbox"/> CONTENEDOR				PLACAS: _____			
CLIENTE	No. ENTRADA	No. SALIDA	TAFIRMAS MULTOS	TEMPERATURA °C	HORA DE CITA	Nº CITA	Nº ANDEN	AREA	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	TIEMPOS
								VIGILANCIA			
ENTARIMADO <input type="checkbox"/> GRANEL <input type="checkbox"/>								SERVICIO AL CLIENTE			
								OPERACIÓN			
								SERVICIO AL CLIENTE			
N° PALLET _____ PALLET FRIALSA _____		EAN _____ VIAJERA/ CRIMA _____ PLASTICO _____		No. DE SELLO: _____		¿SELLO INTEGRAL? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		TIEMPO TOTAL _____			
OBSERVACIONES: _____								NOMBRE DEL CONDUCTOR: _____		FIRMA DEL CONDUCTOR: _____	
TIPO DE SERVICIO: 1. CONGELACIÓN <input type="checkbox"/> 2. REFRIGERACIÓN <input type="checkbox"/> 3. SECO <input type="checkbox"/> 4. CRUCE DE ANDEN <input type="checkbox"/> 5. TUNEL <input type="checkbox"/>											

Fuente: Frialsa.

La información que se tiene en la hoja de tiempo es importante, ya que es información que tenemos que ingresar al sistema WMS, para eso hemos creado un Excel en la cual

guardamos la información como una base de datos.

La hoja de tiempo forma parte de las implementaciones, por la cual fue necesario mencionar.

Aquí detallaremos las implementaciones que se llevaron a cabo a lo largo de la experiencia profesional:

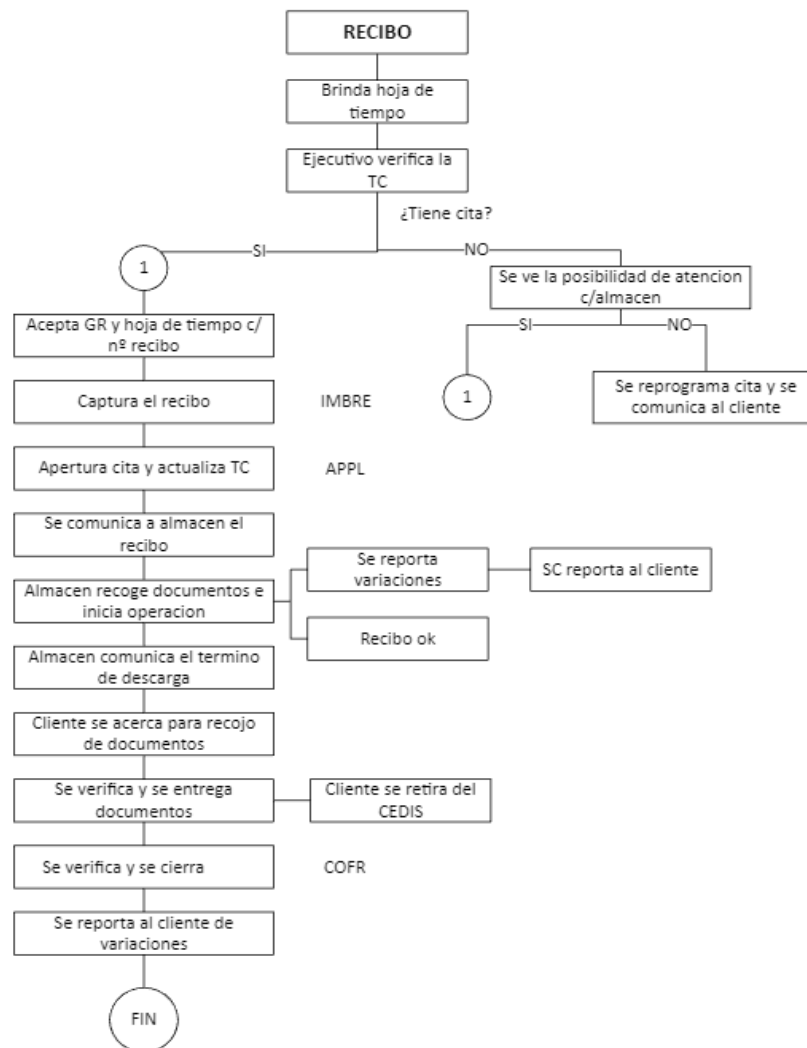
Recibo:

Recibo se refiere cuando el cliente desea realizar un ingreso de mercadería. En el WMS, la nomenclatura que se usa para realizar un ingreso de mercadería es con el acrónimo “IMBRE”.

Para realizar un ingreso de mercadería se presenta el siguiente proceso que debe de seguir el chofer o el encargado de la mercadería para su atención como se muestra:

Figura 4

Proceso de un recibo.



El acrónimo “APPL”, es el acrónimo que se utiliza para colocar la hora que ingresa el transporte y la hora de salida.

EL acrónimo “COFR”, es el acrónimo donde se cierra el documento para que se pueda visualizar el ingreso de mercadería en el stock del WMS.

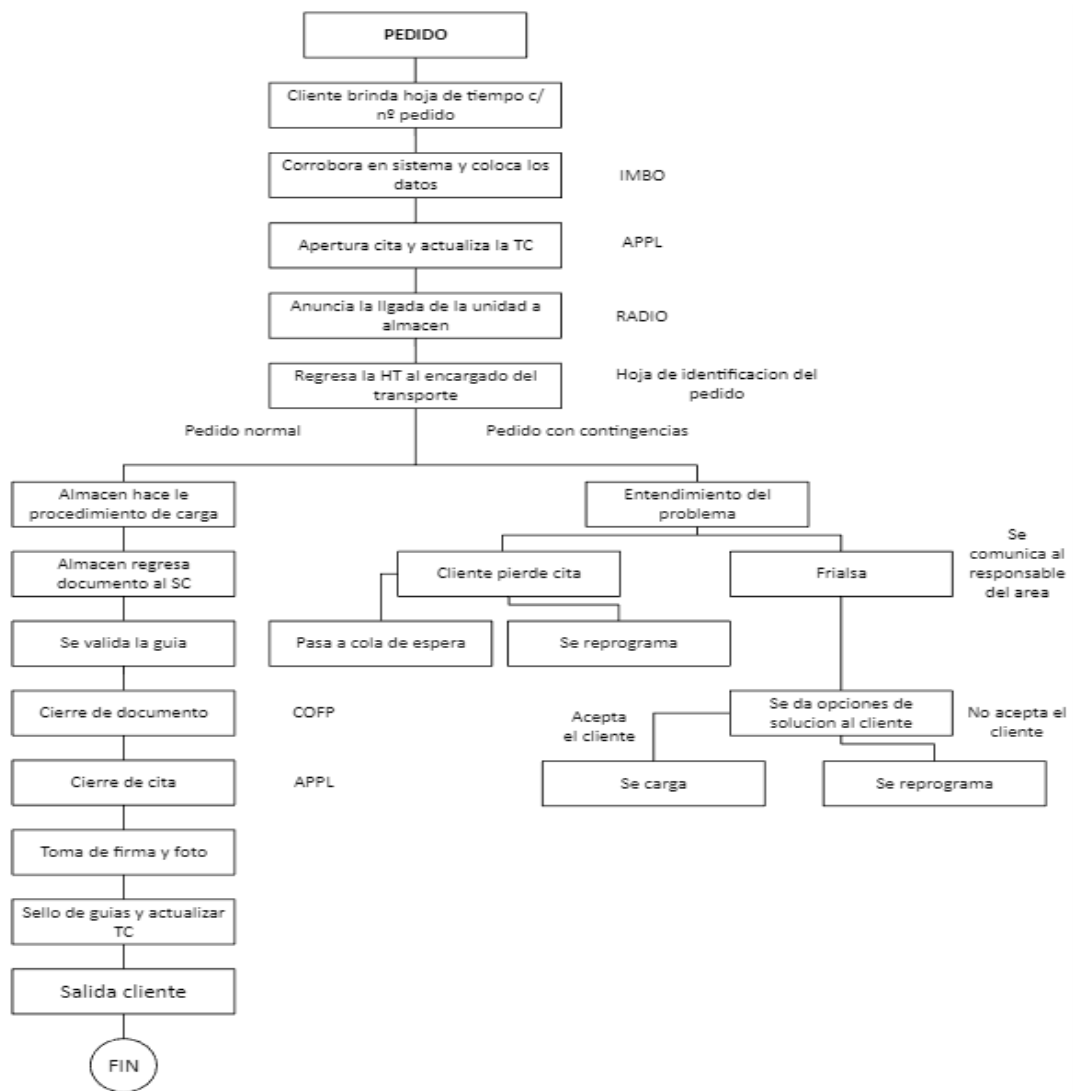
Pedido:

Se le llama pedido cuando el cliente desea realizar una salida de mercadería. En el WMS, la nomenclatura que se usa para realizar un pedido es con el acrónimo “IMBO”.

Para realizar una salir de mercadería se presenta el siguiente proceso que el chofer o el encargado de la mercadería debe de seguir:

Figura 5

Proceso de un pedido.



El “COFP”, Es el acrónimo que se utiliza en el WMS para poder cerrar el pedido.

Cuando se cierra el pedido, ya se puede visualizar el descuento de la mercadería en el stock del sistema.

Packing list:

El Packing list es el documento en la cual se contine la información de la mercadería tanto para lo que va a ingresar como para la mercadería que va a salir de nuestra planta. Esta información consiste en el código de producto, la descripción del producto, el lote, fecha de producción, fecha de caducidad, cantidad de bultos entre otros elementos que se considere de importancia para el cliente

Packing list para el ingreso de mercadería:

Para el formato de Packing list se requirió la información mínima necesaria para que la planta del Callao para realizar un servicio de calidad.

Este Packing list se le fue enviando al cliente para que lo llene de forma correcta, la cual debe de ser retornada al área de Servicio al cliente con la información solicitada antes de que el transporte ingrese a las instalaciones con la mercadería.

Figura 6

Formato de Packing list para ingresos.

INGRESO DE MERCADERIA				
Fecha:				
Origen:				
Hora:				
Item	Descripcion	Caducidad	Lote	Cant. Bultos
			Total	

Solicitud de servicios:

--

Con este Packing list de ingreso, el área de almacén puede coordinar los recursos operativos que se necesita para poder recibir la mercadería, como el personal, las maquinarias, los racks disponibles y el espacio en el andén para su recepción.

Packing list para salida de mercadería:

Es importante tener los datos en el Packing list de salida, ya que de esa manera el cliente puede retirar ya sea por el código de producto y la cantidad, también por el lote o el número de tarima que se le fue asignada al momento que ingreso al almacén. Este último es representado por dos letras que sería “CA” de Callao, y por números como “1”. Un ejemplo: “CA1” que sería como la identificación de la paleta ingresada y que seguiría la numeración de forma continua.

Figura 7

Formato de Packing list para pedidos.

SALIDAS DE MERCADERIA				
Fecha:				
Destino:				
Hora:				
Item	Descripcion	Tarima	Lote	Cant. Bultos
			Total	

Solicitud de servicios:

--

Validación de cargos:

La validación de cargos consiste en verificar si los servicios que ha realizado almacén se cobraron de forma correcta, se valida realizando el cruce de la información.

Para realizar los formatos de validaciones de cargos se tuvo que trabajar con la información que se obtiene del WMS.

Cada servicio que almacén cobra tiene un código en específico, en la cual, la tarifa ya se encuentra introducida en el WMS.

En este caso estamos trabajando con la validación de cobros del cliente Redondos en la cual tenemos que verificar los servicios de descarga, la mercadería fresca que ingreso al túnel, el embalaje y el etiquetado.

En este cuadro se tiene las UND y los KG que ingreso al túnel:

Figura 8

Formato de validación de cargos.

RECIBOS						
	Valores	Unidad				
	CANTIDADES		PESO BRUTO		Total CANTIDADES	Total PESO BRUTO
numero de recit	CAJ	COS	CAJ	COS		
253	854	177	11808.5	6597	1031	18405.5
254		673		21496.5	673	21496.5
258	435	617	6665.5	19892	1052	26557.5
259	330	95	7281	2697.5	425	9978.5
271	1144	61	15646.5	2163	1205	17809.5
273		656		20919	656	20919
274	596		11499.5		596	11499.5
279	1234	60	19709.5	2063	1294	21772.5
282		1141		36287	1141	36287

Se realiza el cruce de la información, en donde vemos que, si las cantidades tienen diferencia “0”, quiere decir que los cobros se han realizado de forma correcta.

Si hubiera alguna diferencia, esta se le comunica al área de almacén para que lo pueda revisar y dar sus observaciones. Si el área de almacén confirma que hubo errores en la digitación, esta se modifica.

Este documento es importante para el área de facturación y de Servicio al cliente, ya que se realiza para los cortes de facturación y cierres de mes, ya que ellos facturan con las cantidades que ha cobrado el área de almacén. Si la factura está mal emitida, el cliente simplemente lo rechazara provocando retrasos y como consecuencia la incomodidad y la insatisfacción del cliente.

Nivel de responsabilidad del participante.

El nivel de responsabilidad fue medio – alta ya que otros Ejecutivos de servicio al cliente también ayudaron a concretar las ideas.

Nivel de la participación.

El nivel de participación fue alto, ya que el presente autor iba a poner en práctica lo que se estaba implementando en el área.

Alcances de la participación.

Los alcances que tuvo la participación se dan desde el Área de servicio al cliente hasta el Área de almacén, ya que, ambos trabajan de forma conjuntas.

Relaciones con otros actores.

El ejecutivo de servicio al cliente muestra total empatía tanto con los clientes como con el área de almacén y otras áreas, ya que sus actividades tienen relación con la mayoría de las áreas.

3.3. Análisis de la experiencia:

Procesos

En el desarrollo de la implementación del área de servicio al cliente, se pudo analizar la falta de descoordinación que se tiene con el área de almacén, también se pudo hallar la falta de experiencia que se tiene para la atención del cliente ya que no se le daba una respuesta concreta sobre los problemas que presenta almacén.

Actores

Los Ejecutivos de servicio al cliente tuvieron funciones importantes que ayudaron a concretar las ideas, como en las hojas de cálculo para la base de datos, así como ir mejorando los procesos de atención al cliente que se estaban implementando.

Resultados

A partir de las implementaciones se obtuvo lo siguiente:

- Los resultados observados se pueden decir que ayudaron a establecer una estandarización de la atención del cliente tanto para ingresos como para salidas de mercadería. Esto ayudo a generar un orden entre los clientes que ingresan y salen de nuestra planta.
- El modelo de formato de Packing list ayudo a que el área de Servicio al cliente pudiera entender sobre la mercadería que está llegando los contenedores como el código de producto, descripción del producto, lote, fecha de producción, fecha de caducidad, cantidad de bultos y como está llegando la mercadería, si viene a granel o de forma paletizada-

- La base de datos sobre la información de los transportes ayudo a no generar información duplicada en el sistema. Esto nos ahorraría tiempo al momento de registrar a los choferes, ya que se pierde tiempo al crear los datos en el WMS.
- Al tener un orden sobre las unidades de transportes que están ingresando, se mejoró el tiempo de respuesta

Rol del participante

- Se realizo diagramas sobre la atención de los clientes en ventanilla.
- Se realizaron hojas de cálculos que sirvieron como base datos para los transportes que ingresan a planta.
- Se realizo modelo de Packing list

Observaciones

Se observo que la atención del cliente fue de forma más ordenada desde el momento que ingresan a nuestra planta hasta su salida.

El área de almacén al atender al cliente de forma más rápida y ordenada redujo la cantidad de quejas que presentaban al área de servicio de al cliente durante el día.

3.4. Aportes:

Base de datos de clientes:

En este Excel guardamos el nombre de chofer, el nombre de la empresa del transporte, el embarcador que es el punto de origen, esta información la sacamos de la guía que traen los choferes y el destinatario que es el punto de destino que es la información que también la sacamos de la guía de remisión.

El chofer, el transporte, el embarcador y el destinatario al momento de ser registrados en el Excel, le asignamos un código con el cual será creado en el sistema (WMS), ya que estos códigos se ingresan en el recibo o pedido que hemos creado en el sistema. Con la ayuda de macros en el Excel, podemos filtrar los nombres y que nos aparezca el código. De esta manera también podemos verificar si no hay valores duplicados.

En la Figura se muestra un extracto de la base de datos del chofer y de la empresa de transporte:

Figura 9

Base de datos de transportes.

EMPRESA	CODIGO T	CHOFER	CODIGO	STATUS
TLI TRANSPORTES S.A.C.	T067	LOZANO MEJIA HERVER	C221	CREADO
TLI TRANSPORTES S.A.C.	T067	MUÑOZ SERRANO MOISES	C222	CREADO
TLI TRANSPORTES S.A.C.	T067	GUILLA ZELAYA GUMERCINDO	C223	CREADO
AQUAFROST	T030	CASTILLO AGUILAR MIGUEL ANGEL	C096	CREADO
AQUAFROST	T030	DAVILA VIGILIO OSWALDO	C179	CREADO
ARIES CARGO SAC	T055	GOMEZ PALOMINO JOSE	C168	CREADO
AUSTRAL GROUP	T043	JAVIER CASTRO FLORES	C131	CREADO
BIOCOMBUSTIBLES H2O SAC	T051	BALVIN CANCHANYA EDVER	C153	CREADO
CASTOR OIL SAC	T045	MENDOZA BRICEÑO VICTOR MANUEL	C133	CREADO
CASTOR OIL SAC	T045	YURE SULCA ARANGO	C142	CREADO
CASTOR OIL SAC	T045	HERNANDEZ VELAZCO ISAAC	C171	CREADO
CASTOR OIL SAC	T045	BARRERA BLANCO JULIO	C175	CREADO
CASTOR OIL SAC	T045	TAIPE HINOSTROZA FREDY	C178	CREADO
CASTOR OIL SAC	T045	RONDON CHIRA JOSE	C182	CREADO
CASTOR OIL SAC	T045	ZURITA TENORIO JULIO	C191	CREADO
CAVASSA	T014	SINCHE FRANCO ALEX	C039	CREADO
CHINCHAY SAC	T023	ESPINOZA MANCO CARLOS	C068	CREADO
CHINCHAY SAC	T023	WERNER CRUZ TAYNA	C080	CREADO
CHINCHAY SAC	T023	TRAMONTANA DIAZ CRISTOFER	C090	CREADO
CHINCHAY SAC	T023	BERIGNO MARCELO HUARCAYA	C097	CREADO
CHINCHAY SAC	T023	CACERES MARIÑO JOSE ALEJANDRO	C124	CREADO
CHINCHAY SAC	T023	TOLENTINO BRAVO LUIS	C158	CREADO
CHINCHAY SAC	T023	CHINCHAY BALUARTE MIGUEL	C202	CREADO
CHINCHAY SAC	T023	CRUZ TAYÑA WERNER	C208	CREADO
CONSORCIO EMANUELACK SAC	T017	AYVAR GUTIERREZ SEWEENEY	C044	CREADO
CORPORACION RIO COSTA	T061	ENCARNACION MACHACUAY ANDEL	C204	CREADO
DEL ANDE ALIMENTOS	T001	AGURTO PULACHE JOSE	C001	CREADO
DEL ANDE ALIMENTOS	T001	SUAREZ CAVERO JORGE	C002	CREADO
DEL ANDE ALIMENTOS	T001	CHINCHAY ALMEIDA ABELARDO	C003	CREADO
DEL ANDE ALIMENTOS	T001	ALBA RIVERA JORGE	C100	CREADO
DEL ANDE ALIMENTOS	T001	PALACIOS RAMIREZ WILFREDO	C155	CREADO
DEL ANDE ALIMENTOS	T001	SAAVEDRA MERINO RONALD	C195	CREADO
EMPRESA DE SERVICIOS MELANIE	T070	TRUJILLO SOLIS OSCAR	C227	CREADO
EMPRESA DE SERVICIOS MELANIE	T070	PANTOJA CABANILLAS MISAEL	C228	CREADO
EMPRESA DE SERVICIOS MELANIE	T070	CACISRE HUARCAYA HENRY	C229	CREADO
EMPRESA DE SERVICIOS MELANIE	T070	GUTIERREZ MONTALVO ARCADIO	C231	CREADO
EMPRESA DE SERVICIOS MELANIE	T070	VILLANUEVA PANTOJA TITO	C232	CREADO
EMPRESA DE SERVICIOS MELANIE	T070	MONTALVO PIMENTEL ELVIS	C235	CREADO
EMPRESA VENTURE SA	T031	PUMACHAHUA GONZALES MARCO	C102	CREADO

En la siguiente macro se realizó para una búsqueda más rápida de la información de los transportes:

Figura 10

Macro de base de datos.

EMPRESA	CODIGO T	CHOFER	CODIGO	STATUS
		ZURITA		

EMPRESA	CODIGO T	CHOFER	CODIGO	STATUS
CASTOR OIL SAC	T045	ZURITA TENORIO JULIO	C191	CREADO

Formulario de especificaciones técnicas de producto:

El formulario de especificaciones técnicas de producto consiste en la información que es relevante para el área de servicio al cliente y para el área de almacén en especial.

En este cuestionario se le pregunta al cliente sobre las características de su producto de

forma más detallada como el peso bruto del producto, peso neto, dimensiones del producto, valor de reposición, el tipo de empaque, la temperatura del producto, la cantidad de unidades por bulto, cantidad de bulto por pallet, etc.

El formulario consta de 21 preguntas las cuales el cliente debe de llenar cada vez que ingresa un producto nuevo.

Esta información debe de ser enviada antes de que llegue el transporte con el producto nuevo.

En otros centros de distribución se tiene un formato establecido, pero nosotros optamos por utilizar una herramienta de office que es el Form, ya que de esta manera solo se le envía al cliente el enlace del cuestionario y el Form agrega toda la información en una base de datos de forma automática en la cual solo la tenemos que descargar.

Este formulario es importante porque aquí se nos informa sobre el empaqueo del producto, en específico la cantidad de unidades por bulto.

Se ha encontrado casos en donde el cliente se quejaba que tenía menos bultos en las paletas y esto era porque se había errores en el empaqueo.

De esta manera se evitó reprocesos por parte de almacén, ya que tenían que abrir los bultos y volver a empaocar y también se evitó las quejas de los clientes.

Figura 11

Formulario de especificaciones técnicas del producto.

Preguntas Respuestas **76**

ESPECIFICACIONES GENERALES DE PRODUCTOS NUEVOS PARA ALMACENAJE

Estimado cliente, este es el formato del anexo 4, que usted debe de llenar **cada vez** que ingrese un producto nuevo a nuestros almacenes. **(LLENAR TODO EN MAYUSCULAS)**

Sección 1 ...

Dimensiones del producto

En esta sección, usted tendrá que colocar las especificaciones del producto.

1
Indique su nombre y apellido: *

Escriba su respuesta

2
Indique su correo corporativo: *

Escriba su respuesta

3
Digite el código del cliente. Ejemplo: PE00077 *

Escriba su respuesta

4
Digite el código de su producto *

Fuente: Office 365 Form

Capítulo IV: Propuestas

Analizando sobre lo importante que es la satisfacción del cliente, se está proponiendo lo siguiente:

Formulario de nivel de servicio

Se propone en realizar encuestas a los clientes sobre el nivel de satisfacción que tienen sobre los servicios realizados por Frialsa, esto con el fin de evaluar y proponer mejoras que ayuden a un mejor desempeño del área de servicio al cliente. Estas encuestas también ayudaran a mejorar los servicios realizados por el área de almacén.

Las encuestas se pueden desarrollar usando el aplicativo Form de office 365. Este aplicativo nos mostrara gráficos sobre los clientes que se encuentran satisfechos y los clientes en los cuales se tiene que trabajar aún. Esta propuesta aún se encuentra en proceso.

Capítulo V: Conclusiones

- La implementación del área de servicio al cliente mejoro la comunicación y las coordinaciones con el cliente, así también como las coordinaciones de actividades las otras áreas.
- Al establecer un diseño de atención a los clientes se pudo tener un orden de los clientes que tenemos en la planta, lo cual ha mejorado el tiempo de respuesta por parte del área de almacén, ya que esto ayuda al área de almacén a planificar las actividades y al personal necesario.
- Al establecer los formatos para el control de los servicios, los Ejecutivos de Servicio al cliente como los operarios de almacén tienen un mejor entendimiento de la mercadería que está ingresando al almacén y de los servicios que se van a realizar. Es importante tener esta información clara y precisa, ya que es la información que el área de almacén va a ingresar al sistema WMS.

Capítulo VI: Recomendaciones

- Realizar encuestas a los clientes para poder medir el nivel de satisfacción y así poder mejorar los puntos observados.
- Se debe de considerar en contratar a un Ejecutivo más para la realización de las actividades, ya que por la carga laboral y por la complejidad de algunos clientes se debe de tener más dedicación a la satisfacción de sus clientes, además que en la sede del Callao solo hay 2 ejecutivos, cuando en otras sedes hay más de 3.
- Se debe de dar seguimiento a los problemas que presenta el área de almacén, porque las soluciones que se presentan a veces son de forma momentánea y los clientes siguen quejándose de los mismos problemas cada vez que desean algún servicio.

Referencias

- Aliaga Díaz, S., & Alcas Zapata, N. (2021). *Análisis de la gestión administrativa y la calidad del servicio en la atención de los partos humanizados en un hospital nacional de Lima*. Obtenido de Innova Research Journal: <file:///D:/Descargas/Dialnet-AnalisisDeLaGestionAdministrativaYLaCalidadDelServ-7878909.pdf>
- Amézquita Barragán, J. G. (2019). *Logística: La clave de la competitividad para Colombia ¿Cómo implementar centros de distribución inteligentes?* Tesis de especialización, Universidad EAN: <http://hdl.handle.net/10882/9645>
- AR Racking Perú. (2022). *Centros de Distribución Logística o CEDI: Qué son, ventajas y funciones*. Obtenido de Estanterías industriales almacenaje - AR Racking Perú: <https://www.ar-racking.com/pe/actualidad/blog/calidad-y-seguridad-2/centros-de-distribucion-logistica-o-cedi-que-son-ventajas-y-funciones>
- Arrieta P., J. G. (2019). Aspectos a considerar para una buena gestión en los almacenes de las empresas (Centros de Distribución, CEDIS). *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 83-96. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*.
- Burgos, S., & et al. (2018). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp SA, 2018. *Revista de investigación valor agregado*, 22-39.
- Carreño Villavicencio, D., & Et, A. (2018). Evaluación de la calidad del servicio: Un paso más cerca de la objetividad. *Revista San Gregorio*, 1-1.
- Carreño, A. (2014). *Logística de la A a la Z*. (2. Fondo Editorial de la PUCP, Ed.)
- Cervantes Atia, V., & Et, A. (2018). Calidad de servicio en una institución de educación superior en la ciudad de Barranquilla. *Ciencias administrativas*, 27-40.
- Comunicare. (2022). *¿Qué es la implementación?* Obtenido de COMUNICARE NEUROMARKETERS: <https://www.comunicare.es/implementacion-que-es-la-implementacion-2022/>
- Correa Mejía, A., & Et, A. (2020). Propuesta en Supply Chain Management y Logística en la *Escuela de Ciencias básicas, Tecnología Ingeniería Colombia* .
- De la Arada Juárez, M. (2019). *Optimización de la cadena logística*. (S. Ediciones Paraninfo, Ed.)

- Díaz, H. O. (agosto de 2017). *La calidad en el servicio como ventaja competitiva*. Dominios de las ciencias:
http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3194/1/Calidad_servicio.pdf
- Diego Morillo, A. (2018). *Operaciones auxiliares de almacenaje*. (S. Ediciones Paraninfo, Ed.)
- DispatchTrack. (2023). *Despacho de mercancías en logística de última milla: 6 errores comunes*. DispatchTrack: <https://www.beetrack.com/es/blog/despacho-de-mercancias>
- Errasti, A. (2018). *Logística de almacenaje: diseño y gestión de almacenes y plataformas logísticas world class warehousi*. (E. E. Pirámide, Ed.)
- Escudero Serrano, M. J. (2019). *Logística de almacenamiento 2*. (S. Ediciones paraninfo, Ed.)
- Fernandez Martinez, A. J. (2019). *Gestión de Almacén para incrementar el servicio al cliente de una empresa ferretera, Ate, 2019*. Repositorio Digital Institucional Universidad César Vallejo.: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/39436>
- Flamarique, S. (2019). *Manual de gestion de almacenes*. (M. Books, Ed.)
- Friego Diz. (30 de Junio de 2017). *Aspectos generales sobre camaras frigorificas*. Aspectos generales sobre camaras frigorificas: <https://www.frigodiz.com/blog/125/aspectos-generales-sobre-camaras-frigorificas.html>
- Gaffar, A. (2018). Understanding the Service Quality and Customer. *Global Business Review*.
- Gil Lopez, J. (2020). *Fundamentos de atención al cliente*. Editorial Elearning .
- Khanduri, S. (2021). *Service Quality Analysis of Banks in Rajasthan Post Financial Inclusion Program*. Obtenido de WSEAS Transactions on Business and Economics: DOI: 10.37394/23207.2021.18.40
- Labastida Pallarés, J. &. (2010). *Estudio y análisis de los procesos de picking. Puesta en marcha de sistemas de picking voz y pick to light*. Obtenido de Trabajo de graduación de Ing. Diseño y fabricación. Escuela universitaria de ingeniería técnica industrial, Universidad de Zaragoza: <https://zaguan.unizar.es/record/5280>
- León Quiroga, C. D. (12 de agosto de 2017). *Diseño de un modelo de optimización para el proceso de despacho de mercancía en los centros de distribución ubicados en Cundinamarca (Trabajo de grado)*. Fundación Universidad de América: <https://hdl.handle.net/20.500.11839/6516>

- Lopa La Torre, M. A. (2021). *Logística de distribución y calidad de servicio en los colaboradores del Centro de Distribución Sodimac, Lurín-2020*. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú: <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1092/Lopa%20La%20Torre%2C%20Mariheli%20Alexandra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Meléndrez-Acosta, V. (2018). Logística del comercio electrónico: cross docking, merge in transit, drop shipping y click and collect. *Científica*, 2, 105-112.
- Morales Ospina, A. (2019). El servicio al cliente como estrategia competitiva. *Revista Colombiana de Ciencias Administrativas*, 8-20. <https://cipres.sanmateo.edu.co/ojs/index.php/rcca/article/view/39>
- Murillo M., L. (2018). *Fundamentos de servicio al cliente*. Bogotá : Fundación Universitaria del Área Andina.
- Orsi, G. (2018). *Diseño logístico de un Centro de Distribución*. Consultora Logística.
- Ortiz, S. J., & Et, A. (2021). Evaluación sistémica de la implementación de un sistema de gestión de almacenes (WMS). *Revista UIS ingenierías*, vol. 20 (4), 145-160.
- Oyarzún, B. R. (2018). La Logística 4.0. *Revista de Marina* (964), 39-44.
- Paz Couso, R. (2019). *Atención al cliente. Guía práctica de técnicas y estrategias*. (I. E. SL, Ed.)
- Pérez Porto, J. M. (1 de junio de 2018). *Definición de implementar - Qué es, Significado y Concepto*. Obtenido de Definicion.de.: <https://definicion.de/implementar/>
- Pinzón Hoyos, B. (2013). *Supply Chain Management y Logística*. Universidad Nacional Abierta ya Distancia-UNAD. Curso de Profundización: <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/5581/?sequence=1>
- Sanguinetti A., I. (2017). *Distribución física internacional para las ferias internacionales*. Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú: https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/20.500.14152/2201/Distribuci%C3%B3n_F%C3%ADsica_Internacional_para_Ferias_Internacionales_2017_key_word_principal.pdf?sequence=1
- Valencia Granados, J. A. (2019). Metodología de diagnóstico logístico de almacenes y centros de distribución. *Realidad y Reflexión*, 93-105.
- Vela Muñoz, R. P. (2022). *La gestión logística y la calidad del servicio en la empresa*.

Repositorio de la Universidad César Vallejo:
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/82954>

Ventura, N. C., & Campuzano, N. V. (2018). El servicio al cliente como filosofía y factor de posicionamiento de las cooperativas de taxis. *INNOVA Research Journal (Vol 3)*, 71-82.

Villalba, F. (2018). *Operación de compras, almacenes e inventarios*. Obtenido de Fundación Universitaria del área andina:
<https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/1431>

WMS. (2019). Alcis: <https://www.alcis.com.br/solucoes/wms/>

Zevallos Rodriguez, S. G. (2022). *Mejora en el control del servicio de almacenamiento de papa congelada en la empresa pesquera Exalmar S.A.A. Paita*. Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Programa Académico de Administración de Empresas. Piura, Perú.: <https://hdl.handle.net/11042/5719>