



Universidad  
Norbert Wiener

## **Escuela de Ingeniería y Negocios**

Implementación de una estrategia de flujograma para la  
mejora del proceso de entrega de libros en la empresa  
EMS BOOKS

Tesis para optar el título profesional de Contadora Pública

**Estudiante:**

Bohórquez Ramos, Carla Andrea

**Identificador ORCID:**

0000-0002-1530-2066

**Asesor:**

Chong Silva, Mabel Cecilia

**Identificador ORCID del asesor:**

0000-0002-7676-1880

**Lima, Perú**

**(2023)**

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

Yo, Carla Andrea Bohórquez Ramos egresado de la Facultad de Ingeniería y Negocios y  Escuela Académica Profesional de Negocios y Competitividad  de la Universidad privada Norbert Wiener declaro que el trabajo académico **“Implementación de una estrategia de flujograma para la mejora del proceso de entrega de libros en la empresa EMS BOOKS”** Asesorado por el docente: Mabel Cecilia Chong Silva DNI 08123789 ORCID 0000-0002-7676-1880 tiene un índice de similitud de 8%(ocho) con código oid:14912:231786286 verificable en el reporte de originalidad del software Turnitin.

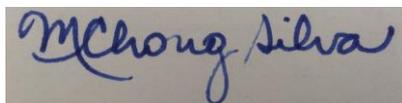
Así mismo:

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 1

Carla Andrea Bohórquez Ramos  
 DNI: 75115557



.....  
 Firma

Mabel Cecilia Chong Silva  
 DNI: 08123789

Lima, 03 de abril de 2023

**Dedicatoria**

El presente Trabajo de Suficiencia Profesional está dedicado a mis padres, por acompañarme en cada paso que he dado a lo largo de mi vida, levantándome en cada tropiezo y dándome su apoyo incondicional para el cumplimiento de mis metas.

## Resumen

El presente Trabajo de Suficiencia Profesional titulado Implementación de una estrategia de flujograma para la mejora del proceso de entrega de libros en la empresa EMS BOOKS, fue elaborado con la intención de una propuesta de mejora en la empresa EMS BOOKS.

En este estudio, se considerará los distintos antecedentes de inconvenientes suscitados en la entrega de libros a los clientes, que genero un malestar en los mismos, a fin de proponer una mejora mediante la optimización de procesos que serán establecidos en un flujograma.

Finalmente, el flujograma estará directamente ligado a un cuadro de estandarización de zonas para las entregas de libros y de esa manera mejorar la eficiencia y eficacia de nuestro servicio, optimizando el uso de nuestros recursos y buscando la satisfacción de nuestros clientes.

*Palabras claves:* Satisfacción del cliente, flujograma, importancia de la logística, envíos, courier.

### **Abstract**

The present Professional Sufficiency Work entitled "Implementation of a flowchart strategy for improving the book delivery process at EMS BOOKS company" was developed with the intention of proposing an improvement in the EMS BOOKS company.

In this study, the different antecedents of inconveniences that have arisen in the delivery of books to customers, which have caused discomfort for them, will be considered in order to propose an improvement through the optimization of processes that will be established in a flowchart.

Finally, the flowchart will be directly linked to a standardization chart for book delivery zones, in order to improve the efficiency and effectiveness of our service, optimize the use of our resources, and seek the satisfaction of our customers.

*Keywords:* Customer satisfaction, flowchart, importance of logistics, shipments, courier.

## Introducción

En la actualidad la satisfacción al cliente ha tomado un significado importante para las empresas, es de esta manera que se busca la mejora del servicio al cliente, los procesos logísticos, utilizando algunas herramientas como la cadena de suministro, donde se hará un seguimiento desde la materia prima de un producto hasta su consumidor final; otra herramienta, es just in time, traducido al español como justo a tiempo, que busca la optimización de la eficiencia y la eficacia, mejorando procesos y reducirlos sin disminuir la calidad de un producto.

De esta manera, EMS BOOKS como empresa también busca la satisfacción de sus clientes, es por ello que, al percibir la insatisfacción de los mismos, por una falla en uno de los procesos finales, como es la entrega del producto, he optado por proponer un flujograma para la mejora y optimización de procesos.

El presente trabajo cuenta con Capítulo I, donde se presentan los antecedentes, la descripción de la empresa mencionando su fecha de creación, que productos ofrece, la problemática que se presenta, el objetivo general y los objetivos específicos; en el Capítulo II, se darán a conocer los fundamentos teóricos, presentando 5 bases teóricas, mencionando diferentes autores y 11 bases conceptuales; en el Capítulo III, se presentará el aporte como posible solución a la problemática y desarrollo de la experiencia, posteriormente se verán las conclusiones a las que se han podido llegar a raíz del desarrollo del informe, la recomendaciones que encuentro propicias para una mejora, referencias bibliográficas y anexos.

## Índice

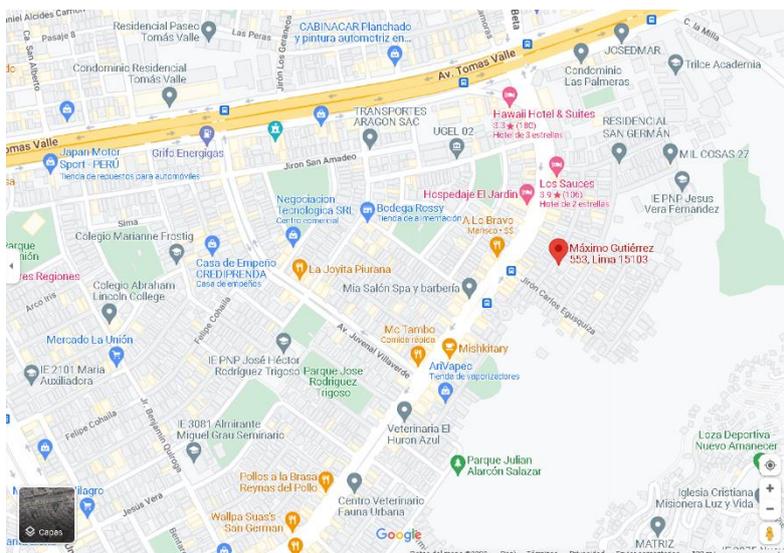
Dedicatoria .....	1
Resumen.....	2
Abstract.....	3
Introducción .....	4
<b>Capítulo I. Antecedentes y descripción de la experiencia .....</b>	<b>6</b>
1.1. Descripción de la empresa .....	6
1.2. Competencia directa .....	12
1.3. Antecedentes.....	14
1.4. Problemática.....	15
1.5. Objetivo.....	17
1.5.1. Objetivo General.....	17
1.5.2. Objetivos Específicos .....	17
1.6. Descripción General de la Experiencia .....	17
<b>Capítulo II: Fundamentos Teóricos .....</b>	<b>19</b>
2.1. Bases Teóricas.....	19
2.1.1. Cadena de Suministro.....	19
2.1.2. Justo a Tiempo (JIT).....	20
2.1.3. Importancia de la Logística .....	21
2.1.4. Servicio al cliente.....	22
2.1.5. Satisfacción del cliente.....	23
2.2. Bases Conceptuales .....	25
2.3. Descripción del Puesto.....	26
<b>Capítulo III: Aporte y Desarrollo de la Experiencia .....</b>	<b>28</b>
3.1. Contextualización.....	28
3.2. Descripción Detallada de la Experiencia .....	30
3.3. Análisis de la Experiencia.....	31
Conclusiones .....	3
Recomendaciones .....	4
Referencias Bibliográficas .....	5
ANEXOS.....	8

## Capítulo I. Antecedentes y descripción de la experiencia

### 1.1. Descripción de la empresa

La empresa EMSBOOK SAC., con nombre comercial EMS BOOKS, con fecha 03/10/2020 inició actividades, se encuentra en el Régimen Mype Tributario, y por ser una distribuidora de libros nos encontramos exonerados de IGV en la emisión de boletas y facturas.

Se encuentra ubicada en Cal. Máximo Gutiérrez Ramos Nro. 553 Urb. San German, San Martin de Porres – Lima.



*Figura 1.1: Ubicación de la empresa*

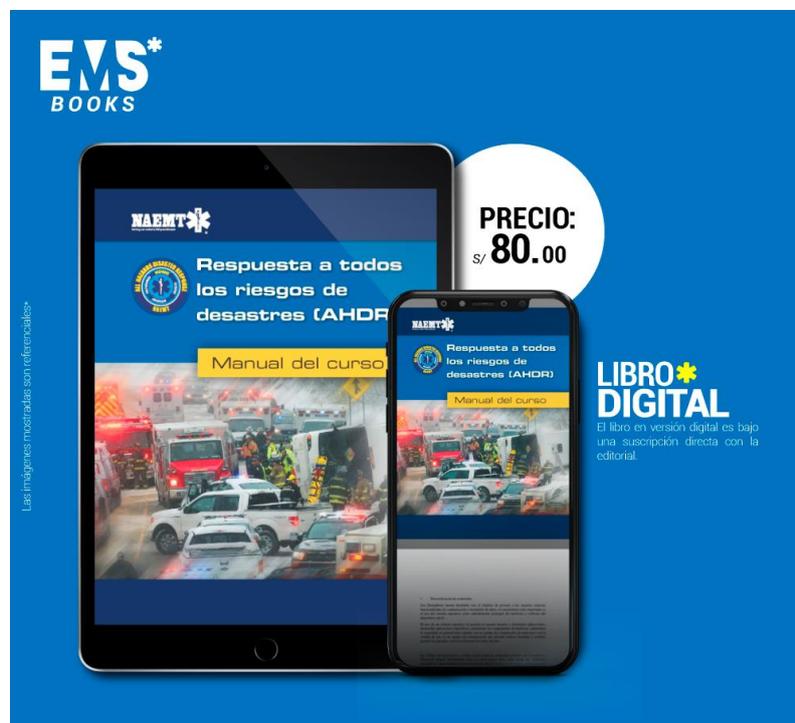
En la empresa EMS BOOKS contamos con 6 talentos humanos trabajando mano a mano para mejorar día a día.

EMS BOOKS es una importadora y distribuidora autorizada para la venta al por mayor y menor de libros con referencia a la atención Prehospitalaria de NAEMT y ECSI; además, actualmente dispone de 17 tipos de libros físicos y digitales relacionados a la Atención Prehospitalaria, importando un promedio de 200 a 300 unidades en diferentes periodos del año, dichas importaciones respectivas son provenientes de EE.UU (California) de la editorial conocida

Jones y Bartlett Learning ,del cual aseguramos su originalidad y calidad. Distribuye de forma nacional a los diferentes puntos del País (Perú) y de forma internacional para algunos países latinoamericanos.

Dentro de los 17 tipos de libros físicos y digitales, tenemos:

- AHDR (All Hazards Disaster Response)
- AMLS (Advance Medical Life Support)
- BLS (Basic Life Support)
- EPC (Pediatric Education for Prehospital Professionals)
- EVOS (EMS Vehicle Operator Safety First Edition)
- GEMS (Geriatric Education for Emergency Medical Services)
- PHTLS (Prehospital Trauma Life Support)
- PHTLS-FR (Prehospital Trauma Life Support First Responder)
- TECC (Tactical Emergency Casualty Care)



EMS Book es distribuidora oficial de PSG, todos los libros son originales.

Figura 1.2: Libro Digital AHDR

EMS\* BOOKS

Las imágenes mostradas son referenciales

THIRD EDITION

**AMLS**

Advanced Medical Life Support

AN ASSESSMENT-BASED APPROACH

PRECIO: \$281.00

LIBRO FÍSICO

LIBRO DIGITAL

AMLS

Advanced Medical Life Support

INCLUDES ONLINE ACCESS CODE

**TAMBIÉN DISPONIBLE EN FORMATO DIGITAL.**  
EMS Book es distribuidora oficial de PSG, todos los libros son originales.

Figura 1.3: Libro Físico AMLS

EMS\* BOOKS

Las imágenes mostradas son referenciales

American Academy of Pediatrics  
PEPP

**Pediatric Education**  
for Prehospital Professionals

THIRD EDITION

PRECIO: \$268.00

LIBRO FÍSICO

LIBRO DIGITAL

Pediatric Education  
for Prehospital Professionals

INCLUDES ONLINE ACCESS CODE

**TAMBIÉN DISPONIBLE EN FORMATO DIGITAL.**  
EMS Book es distribuidora oficial de PSG, todos los libros son originales.

Figura 1.4: Libro Físico EPC

Las imágenes mostradas son referenciales.

**EMS\***  
BOOKS

**EMS Vehicle Operator Safety**

PRECIO: **33\$ USD**

**LIBRO\***  
**FÍSICO**

**LIBRO\***  
**DIGITAL**

**TAMBIÉN DISPONIBLE EN FORMATO DIGITAL.**  
EMS Book es distribuidora oficial de PSG, todos los libros son originales.

Figura 1.5: Libro Físico EVOS

Las imágenes mostradas son referenciales.

**EMS\***  
BOOKS

**Geriatric Education for Emergency Medical Services**

PRECIO: **81\$ USD**

**LIBRO\***  
**FÍSICO**

**LIBRO\***  
**DIGITAL**

**TAMBIÉN DISPONIBLE EN FORMATO DIGITAL.**  
EMS Book es distribuidora oficial de PSG, todos los libros son originales.

Figura 1.6: Libro Físico GEMS

EMS\* BOOKS

NAEMT\* En Colaboración con

**PHTLS**  
Soporte Vital de Trauma Prehospitalario  
NOVENA EDICIÓN

PRECIO: **76\$ USD**

LIBRO\* FÍSICO

LIBRO\* DIGITAL

**TAMBIÉN DISPONIBLE EN FORMATO DIGITAL.**  
EMS Book es distribuidora oficial de PSG, todos los libros son originales.

Figura 1.7: Libro Físico PHTLS

EMS\* BOOKS

NAEMT\* En Colaboración con

**PHTLS**  
Prehospital Trauma Life Support  
FOR FIRST RESPONDERS  
NINTH EDITION

PRECIO: **31\$ USD**

LIBRO\* FÍSICO

LIBRO\* DIGITAL

**TAMBIÉN DISPONIBLE EN FORMATO DIGITAL.**  
EMS Book es distribuidora oficial de PSG, todos los libros son originales.

Figura 1.8: Libro Físico PHTLS-FR



Figura 1.9: Libro Físico TECC

## Misión

Contribuir al desarrollo de habilidades fundamentales en función a la atención Prehospitalaria, cumpliendo integralmente con los requerimientos de nuestros clientes, ofreciendo libros físicos originales y digitales, satisfaciendo las necesidades básicas de la comunidad de la salud, para garantizar la calidad de atención prestada en los servicios prehospitalarios.

## Visión

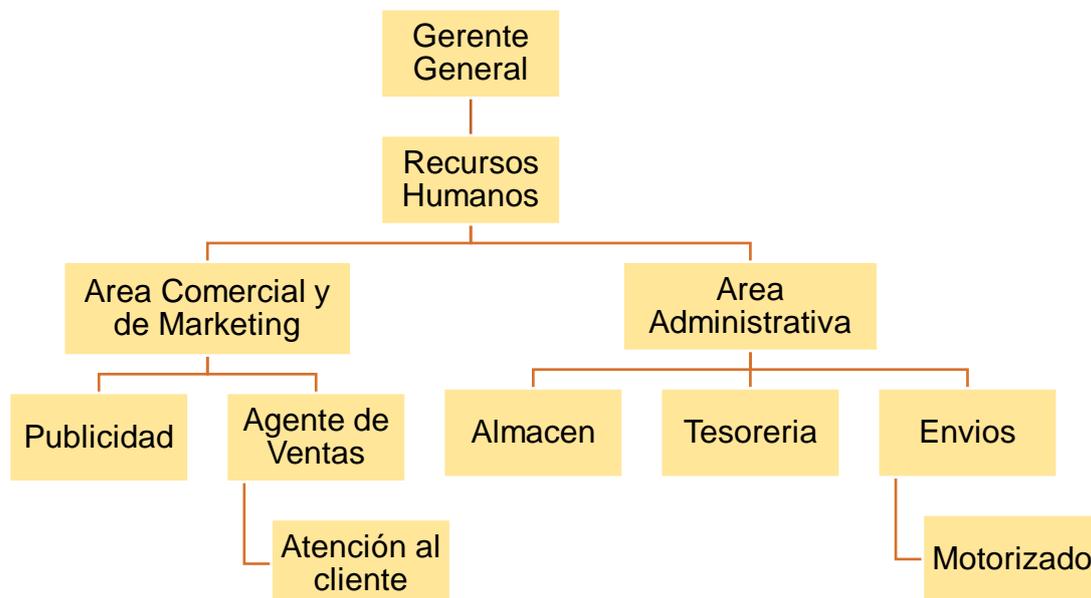
Maximizar el reconocimiento de nuestra marca logrando ser líderes nacionalmente en la venta y distribución de libros físicos y digitales de referencia a la atención Prehospitalaria, comprometiéndonos a ofrecer originalidad y calidad.

## Valores

Dentro de los valores que maneja la empresa EMS BOOKS se encuentran:

- Responsabilidad.
- Atención personalizada.
- Respeto por los clientes y colaboradores.
- Originalidad.
- Innovación.

## Organigrama



*Figura 1.10: Organigrama de la empresa*

### 1.2. Competencia directa

DINSA EMS Soluciones Educativas en Salud, es una empresa editorial mexicana con 21 años en el mercado y 8 que incursionaron en el campo de la Educación continua en Emergencias.

Tienen como misión apoyar la educación en México y Latino América, logrando que día a día existan más personas capacitadas que den una oportunidad de vida a otras personas.

Dentro de los valores que considera la empresa están:

- Respeto
- Responsabilidad
- Honradez
- Compromiso
- Valentía
- Trabajo en equipo

Cuentan con seis personas encargadas del Área de Ventas, una en Créditos y Cobranzas, y una en facturación, de acuerdo a la información que se pudo rescatar de su página oficial.

Dentro de los productos que ofrecen nos encontramos con libros como los que ofrecemos en la empresa EMS BOOKS:

- AHDR (All Hazards Disaster Response)
- AMLS (Advance Medical Life Support)
- BLS (Basic Life Support)
- EPC (Pediatric Education for Prehospital Professionals)
- EVOS (EMS Vehicle Operator Safety First Edition)
- GEMS (Geriatric Education for Emergency Medical Services)
- PHTLS (Prehospital Trauma Life Support)
- PHTLS-FR (Prehospital Trauma Life Support First Responder)
- TECC (Tactical Emergency Casualty Care)

Sin embargo, DINSA EMS también ofrece:

- Libros de la distribuidora mexicana Intersistemas, tales como: RCP-E para enfermería, PECC Programa de emergencias en conmoción cerebral, Abordaje y Manejo de las Heridas.
- Equipos de simulación clínica de la marca PRESTAN, NASCO, SIMULAIDS y WNL Products.

- Plataformas digitales: Exarmed Premium, MIP, Revista Atención Medica.
- Cursos de proveedor relacionados directamente con la atención prehospitalaria, ya que es un centro aprobado tanto por NAEMT y ECSI.

DINSA EMS es uno de los proveedores de libros de atención prehospitalaria que tiene más alcance en Perú, además, de tener una amplia trayectoria en este rubro.

### **1.3. Antecedentes**

Como uno de los primeros antecedentes se puede mencionar la participación de la empresa EMS BOOKS distribuidora autorizada, como proveedora oficial en el 1er Congreso Peruano de Atención Prehospitalaria que se llevó a cabo el 29 y 30 de mayo de 2021, congreso en el que participaron distintos ponentes como:

- RODRIGO DÍAZ, Director de Operaciones de Academia Pre Hospitalaria (APH-Chile).
- FERNANDO RENGIFO, Psicólogo Clínico en Consulta Psicológica Privada.
- JUAN CARDONA, EMS Division Chief - Coral Springs - Parkland Fire Department.
- AMAURY HERNANDEZ, Paramédico de Cuidado Crítico en Nicklaus Children's Hospital.
- FRANZ GARCÍA, Instructor de Atención Pre hospitalaria, Facultado AHDR - NAEMT. Instructor B-con.

En el mes de octubre del año 2022, tuvimos la oportunidad de ser proveedores del Congreso SOTEV (Supervivencia y Operaciones Tácticas en Escenarios Violentos), apoyando de esta manera con la distribución de los libros requeridos para los Cursos Internacionales certificados por NAEMT y ECSI, que se llevó a cabo desde el 18 de octubre, donde brindamos libros de:

- AHDR (All Hazards Disaster Response)
- BLS (Basic Life Support)
- PHTLS (Prehospital Trauma Life Support)
- PHTLS-FR (Prehospital Trauma Life Support First Responder)
- TECC (Tactical Emergency Casualty Care)

EMS BOOKS, ha estado presente como distribuidor autorizado de Jones y Bartlett Learning en los distintos y variados inicios de curso de la Escuela Peruana de Paramédicos, siendo participe de los mismos desde el 2021 hasta la presente fecha, uno de los últimos inicios se dio a cabo en enero, siendo el primer inicio del año 2023.



*Figura 1.11: Inicio de enero 2023*

#### **1.4. Problemática**

La empresa EMSBOOK, si bien es una de las pocas distribuidoras de libros referentes a atención prehospitalaria en el Perú, ha ido escalando en el rubro en el que se encuentra, posicionándose y adquiriendo la fidelización de muchos clientes; además, de ir adquiriendo más experiencia y reconocimiento entre los centros antiguos y nuevos aprobados por NAEMT y ECSI, aumentando así su distribución mayorista y minorista.

La problemática comienza en octubre de 2022 cuando trabajábamos mano a mano con una empresa de courier para los envíos en Lima Metropolitana, incluyendo el precio del envío dentro de los costos de los libros y ofreciendo al cliente como una estrategia de marketing el envío como cortesía, lamentablemente desde el mes de agosto del mismo año comenzamos a tener inconvenientes con la mencionada empresa de courier, tales como:

- Demora en entrega de envíos programados con anticipación.
- Inconformidad de algunos clientes por una mala experiencia con el motorizado.
- Demora en el retorno de envíos que no llegaban a su destino.

Es por este motivo que nos decidimos por manejar nuestro propio courier, la adquisición de la moto y la contratación del personal de courier ha sido reciente, por lo que aún hay márgenes de error que se pueden mejorar.

He revisado en la tesis Propuesta de Mejora en el proceso de entregas a domicilio y retiros de mercadería en la empresa almacenes La Ganga RCA S.A. del año 2022 de la Universidad de Guayaquil y ellos tratan un problema similar al mío, pero con las variantes el proceso de entrega y retiro de mercadería.

La solución que plantea el autor Méndez Candelo, M. (2022) es que “para la optimización de los procesos en donde participan los retiros, entregas y abastecimiento, se reforzará a través de capacitaciones del procedimiento interno, así como también los ajustes de un modelo de transporte que permita incorporar una logística adecuada para obtener la mejora de gestión.”

El modelo que plantea el autor se le conoce como agente vecino cercano, ya que este se basa en la distancia para que se pueda aprovechar los recursos geográficos de las sucursales con su zonificación y que se pueda ejecutar transbordos para la mejora de la gestión.

## **1.5. Objetivo**

### **1.5.1. Objetivo General**

Implementar un flujograma para la mejora del proceso de entrega de libros en la empresa EMS BOOKS.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

Optimizar tiempo de entrega, mediante la estandarización de envíos por zonas específicas.

Optimizar el uso de gasolina mediante una estrategia a partir de la estandarización de envíos.

Determinar mediante una estrategia la reducción de gastos a partir de la estandarización de envíos.

## **1.6. Descripción General de la Experiencia**

En Noviembre de 2021 comienzo a formar parte de la empresa EMS BOOKS, conociendo más a fondo su funcionamiento y actividades, algunas de las primeras funciones que realizo dentro de la entidad se basan en:

- Importaciones, mediante la comunicación directa con la editorial Jones y Bartlett Learning, haciendo la solicitud de cotización y compra directamente con sus agentes a través de correo electrónico.
- Registro de las ventas de los libros de atención prehospitalaria en una plantilla establecida de registros por ventas mensuales.
- Confirmación de pagos directamente con la cuenta oficial de EMS BOOKS en el banco BBVA.
- La emisión de boletas o facturas según corresponda en la página de SUNAT y envió de las mismas mediante correo a los clientes.
- El envío de libros haciendo el registro de datos correspondientes en la empresa de courier, para que llegue a manos de nuestros clientes.

- Las planillas del personal en una Hoja de cálculo que solo tiene acceso la Gerente General y mi persona, colocando los datos personales de los colaboradores, de esta manera revisando su asistencia, el horario de marcación tanto de entradas como salidas, descuentos correspondientes de AFP u ONP y bonos que correspondan.

## Capítulo II: Fundamentos Teóricos

### 2.1. Bases Teóricas

#### 2.1.1. Cadena de Suministro

Según Carreño Solís (2018) La Cadena de Suministro se encuentra englobada por aquellas empresas o entes, los cuales buscan coordinar y colaborar en busca de maximizar una oportunidad de mercado para la satisfacción de las necesidades que tienen los clientes. Además, las mencionadas empresas que conforman la cadena de suministro, son proveedores, distribuidores, minoristas y el cliente final. En la siguiente figura se puede apreciar una representación sencilla:



*Figura 2.1:* Representación de Cadena de Suministro

Según Manrique Nuget, Teves Quispe, Taco Llave & Flores Morales (2019) El estudio de la cadena de suministro se emplea como sistema indispensable para poder alcanzar el progreso e impulso de la producción, distribución de los bienes y servicios en distintas economías; es decir, identificar cuáles son los recursos necesarios y comprender el beneficio actual de los estos, pertenecientes a la organización, nos permitirá el desenvolvimiento de acciones que incrementen el logro de los objetivos organizacionales.

Según Paulsen, N., Brewer, P. D., y Wyld, J. M. (2019) mencionan que el uso de tecnologías de redes sociales puede mejorar la colaboración y la visibilidad en la cadena de suministro. También, exploraron cómo estas

tecnologías pueden permitir una mejor coordinación de las operaciones, el intercambio de información y la mejora de la eficiencia en la cadena de suministro. A través de su investigación, demostraron cómo las redes sociales pueden ser una herramienta eficaz para mejorar la integración en la cadena de suministro, lo que a su vez puede generar mejores resultados en términos de eficiencia, calidad y satisfacción del cliente.

De acuerdo a Balanzategui García, Vega Flor & López Naranjo (2022) El concepto de Cadena de Suministro hace referencia al acoplamiento y unificación de las actividades directamente relacionadas con la elaboración de un bien, desde la materia prima hasta el consumidor final, con motivo de adoptar una ventaja sustentable en la competencia.

En este sentido la cadena de suministro ayudará a identificar y mejorar las oportunidades que tenemos frente a la entrega de libros de atención prehospitalaria a nuestros clientes finales.

### **2.1.2. Justo a Tiempo (JIT)**

De acuerdo a Badillo Carrasco (2018) El procedimiento de producción just in time es un plan de adecuación a la demanda que permitirá alternar entre distintos productos lo que aumentará la cifra de modelos y las unidades de los mismos. Dentro de sus principales objetivos, nos encontramos con la reducción de stocks, conservando precisamente los bienes necesarios, lo que generará una variación en el pensamiento del proceso productivo, de la distribución y la distribución de los productos, que pretende alcanzar ventajas cooperativas en la cadena de producción-consumo.

El objetivo del Justo a Tiempo según Oviedo (2018) es efectuar los procedimientos logísticos a través de la elaboración, la cual comienza desde la recepción del producto hasta su fase final, lo cual permitirá establecer minimizar los costos a partir de la eliminación de procesos ineficaces.

De acuerdo a Kordrostami, V. Z., Rabbani, M., y Rabbani, S. (2019) Just in time se refiere a una estrategia de control de inventario que se basa en la producción y el suministro de productos y materiales justo en el momento en que se necesitan para su uso o venta. En otras palabras, se trata de un sistema de producción y suministro en el que no se mantiene un exceso de inventario y se minimiza el tiempo y los costos asociados con el almacenamiento y la gestión de inventario.

Según Tenorio Quiñonez, E. & Tenorio Quiñonez, K. (2023) El Justo a Tiempo o Just in Time (JIT) es un conjunto de procesos que determina la manera en la que deberían ejecutarse los sistemas de producción en pesquisa de una mejora constante en los procedimientos de la organización, reducción de los periodos de fabricación, perfeccionar el servicio al cliente, entre otros aspectos mediante la inversión necesaria de tiempo en la formación.

En nuestro caso para mejorar nuestros procesos de entrega en tiempo debemos asegurarnos de tener el stock suficiente, los recursos necesarios y disposición del personal para los distintos envíos que se realizan.

### **2.1.3. Importancia de la Logística**

De acuerdo a Peralta Lourdy, Gómez Salinas, Ariza & Martínez (2018) La logística es una parte primordial en distintas empresas que tienen relación al ingreso de materia prima, es fundamental que exista un acoplamiento oportuno desde el comienzo del procedimiento hasta el término del mismo. Además, la función principal de la logística se basa en que las organizaciones consigan poner los productos al alcance de los clientes en el momento y lugar adecuado.

El significado de logística según Álzate & Pérez (2018) en un comienzo fue una terminación empleada en el ámbito militar, que tenía como propósito asegurar que se cuente con los recursos necesarios para la guerra; sin embargo, más adelante se comenzó a aplicar en el área empresarial como un nuevo contexto para el desarrollo de procedimientos y capacidades que permitirán

mejorar el flujo de bienes y servicios desde su producción hasta los usuarios finales.

Según Martínez & El Kadi (2019) indican que la logística es un conjunto de técnicas y herramientas que son empleadas para establecer la estructura de una organización, un bien o servicio, dirigido regularmente en la producción y distribución, comenzando desde un sistema logístico integrado.

De acuerdo a Christopher, J., Gattorna, M., & Menachof, H. (2019) la logística y la gestión de la cadena de suministro son fundamentales para el éxito de cualquier negocio que busque competir en un mercado globalizado y cada vez más digitalizado. Además, la necesidad de adoptar prácticas de logística sostenible para reducir el impacto ambiental y mejorar la reputación y la relación con los clientes.

La logística al conformar un conjunto de estrategias para el seguimiento de los bienes y servicios, nos permitirá realizar la evaluación continua del proceso que realizamos para la entrega de los libros, hasta que los mismos lleguen a manos de nuestros clientes.

#### **2.1.4. Servicio al cliente**

Según Murillo L. (2018) El servicio al cliente se da a raíz de la relación que existe entre una empresa que ofrece un servicio o vende un bien a un tercero que se convierte en cliente, es de esta manera, que se inicia una relación comercial en donde se espera que la organización atienda las necesidades del cliente debido a que la misma, busca que los usuarios regresen buscando adquirir otros bienes o servicios y por consiguiente la fidelización de los mismos.

De acuerdo a Morales A. (2019) el Servicio al cliente se ha posicionado como elemento fundamental en las organizaciones; sin embargo, hace mucho tiempo solo lo consideraban de manera subjetiva, debido a que formaba parte de la respuesta ante la experiencia del cliente. Es recién a mediados del siglo

XX que el servicio al cliente comienza a tomar la importancia en los negocios y es así como ha ido escalando al punto que los ejecutivos ven un futuro exitoso que es orientado a un servicio al cliente eficaz y eficiente.

Según Causado-Rodríguez, Charris & Guerrero (2019) detallan la calidad del servicio al cliente como detonante para la mejora de la eficiencia y eficacia en los procedimientos comerciales, en los intentos de compra del usuario y funciona como intercesor en la apreciación de los valores vinculados a los servicios y productos ofrecidos por las organizaciones.

Lo anteriormente mencionado, nos ayuda a confirmar la importancia de buscar la satisfacción en el cliente mediante el servicio que le prestamos, es por ello que con este proyecto se busca la mejora continua de la reducción de tiempo entrega de nuestros productos.

#### **2.1.5. Satisfacción del cliente**

Según Bleier, A. (2018), indica que la satisfacción al cliente en un componente crítico de la experiencia del cliente y a la vez un factor clave en el éxito empresarial a largo plazo. También, identifica distintas consecuencias de la satisfacción al cliente como:

1. Fidelidad del cliente: La posibilidad de que los clientes vuelvan a hacer negocios con la empresa en el futuro se ha vinculado con la satisfacción del cliente. Los clientes satisfechos tienen una mayor tendencia a ser leales y a recomendar la empresa a sus conocidos.
2. Lealtad a la marca: la satisfacción del cliente puede propiciar un incremento en la lealtad hacia la marca. Los clientes satisfechos pueden establecer un vínculo emocional con la marca y mostrar menor predisposición a contemplar alternativas en el futuro.
3. Rentabilidad: La satisfacción del cliente puede generar efectos positivos en la rentabilidad de la compañía. Los clientes satisfechos tienden a realizar compras más cuantiosas y a manifestar menor incidencia de

devoluciones o quejas, lo cual puede significar una disminución en los costos para la empresa.

4. Crecimiento empresarial: La satisfacción del cliente asimismo puede aportar al progreso a largo plazo de la empresa. Los clientes satisfechos pueden generar referencias de otros posibles clientes y contribuir a una imagen positiva de la compañía en el mercado.

Según Machado, J. C., Mata, F., & Ferreira, J. (2019) indican que la emociones juegan un papel importante en la satisfacción del cliente y la lealtad. Las emociones positivas, como la felicidad y la alegría, tienen un efecto positivo en la satisfacción del cliente y la lealtad; mientras que, las emociones negativas, como la ira y la tristeza, pueden tener un efecto negativo en la satisfacción del cliente y la lealtad. Por lo tanto, es importante que las empresas presten atención a las emociones de los clientes y trabajen para crear experiencias positivas y agradables para ellos.

La definición de satisfacción al cliente según Lin, C.-P., & Hsu, W.-C. (2019) es una evaluación subjetiva de la experiencia del cliente con el servicio o producto que ha adquirido, que puede ser positiva o negativa. La satisfacción del cliente se mide a través de las percepciones y expectativas del cliente, y puede influir en el comportamiento futuro del cliente, como la intención de compra y la lealtad a la marca.

De acuerdo a He, Y. y Wei, H. (2021) La satisfacción del cliente es un factor importante que influye en la intención de compra repetida en línea. Por lo tanto, las empresas deben enfocarse en mejorar la satisfacción del cliente en sus plataformas de comercio electrónico. Además, los autores encontraron que la confianza y el compromiso también son factores críticos que afectan la intención de compra repetida en línea. Por lo tanto, las empresas deben trabajar para construir relaciones sólidas y de confianza con sus clientes en línea para aumentar la probabilidad de que vuelvan a comprar en el futuro.

## 2.2. Bases Conceptuales

**Almacén:** Es una instalación la cual cuenta con recursos humanos y de gestión que intervienen en conjunto a los equipos de almacenaje para regular los flujos de entrada y salida de las mercaderías.

**Cliente:** Se refiere a la persona que adquiere un bien o servicio que ofrece una empresa, realizando un trueque, donde la persona da un valor monetario a cambio del bien o servicio que pueda satisfacer su necesidad.

**Delivery:** Es un servicio de entrega a domicilio de un bien o producto que es ofrecido por una empresa y es adquirido por un cliente de manera online o medios telefónicos.

**Eficacia:** Es aquella capacidad que tiene una persona para la realización o cumplimiento correcto y adecuado de un objetivo.

**Eficiencia:** Es la relación que se establece entre un objetivo y la menor cantidad recursos que se emplean para cumplirlo.

**Flujograma:** El flujograma se define como aquella representación gráfica de un conjunto de procesos que se suscitan de manera consecutiva y está compuesto por figuras interconectadas.

**Gestión:** El termino de gestión está relacionado al cumulo de acciones o procesos administrativos y de dirección de una empresa.

**Implementar:** Es cuando se coloca en funcionamiento o se aplican métodos, estrategias, entre otros, para que algo se desarrolle. En este trabajo se implementará un flujograma para la mejora del proceso de entrega de libros.

**Logística:** Es aquel conjunto de métodos y acciones que son necesarias para que se pueda realizar la organización de un bien o servicio, que será posteriormente distribuido.

**Proceso:** El proceso se define como aquel conjunto de actividades previamente planificadas, donde se involucran un grupo humano y material, los cuales se implican mediante una coordinación para alcanzar un objetivo previsto.

**Satisfacción:** Se define como un estado o sensación de placer que es generada por que se ha saciado una necesidad o un deseo.

### 2.3. Descripción del Puesto

Actualmente, las funciones que realizo se basan en:

- La capacitación a los talentos humanos que ingresan a la empresa, haciendo el recorrido y la presentación correspondiente del personal; es así, que en el presente me encuentro en el área de Recursos Humanos.
- Verificación de pagos.
- Revisión de ventas mensuales y comparación de las mismas.
- Base de datos de los clientes recurrentes y posibles clientes.
- Elaboración de panillas.
- Recibir reporte de ventas y envíos realizados.

Debido a las nuevas funciones que realizo me encuentro a cargo del área de Tesorería y Recursos Humanos, es de esta manera que los encargados del Área de Ventas y Envíos hacen un reporte trimestral donde visualizo sus funciones que son:

- Comunicación con los clientes fidelizados y nuevos clientes.
- Registro de ventas con datos de los clientes y libros que solicitan.
- Recepción de vouchers de pagos.
- Evaluación de mercado sobre libros más solicitados.
- Registro de datos para envío de los libros.
- Coordinación correspondiente con el courier para envío pertinente de los libros.

Dentro de las actividades desarrolladas por mi persona, me corresponde hacer un reporte con mi jefa inmediata, Angie Consuelo Denegri Atalaya, quien

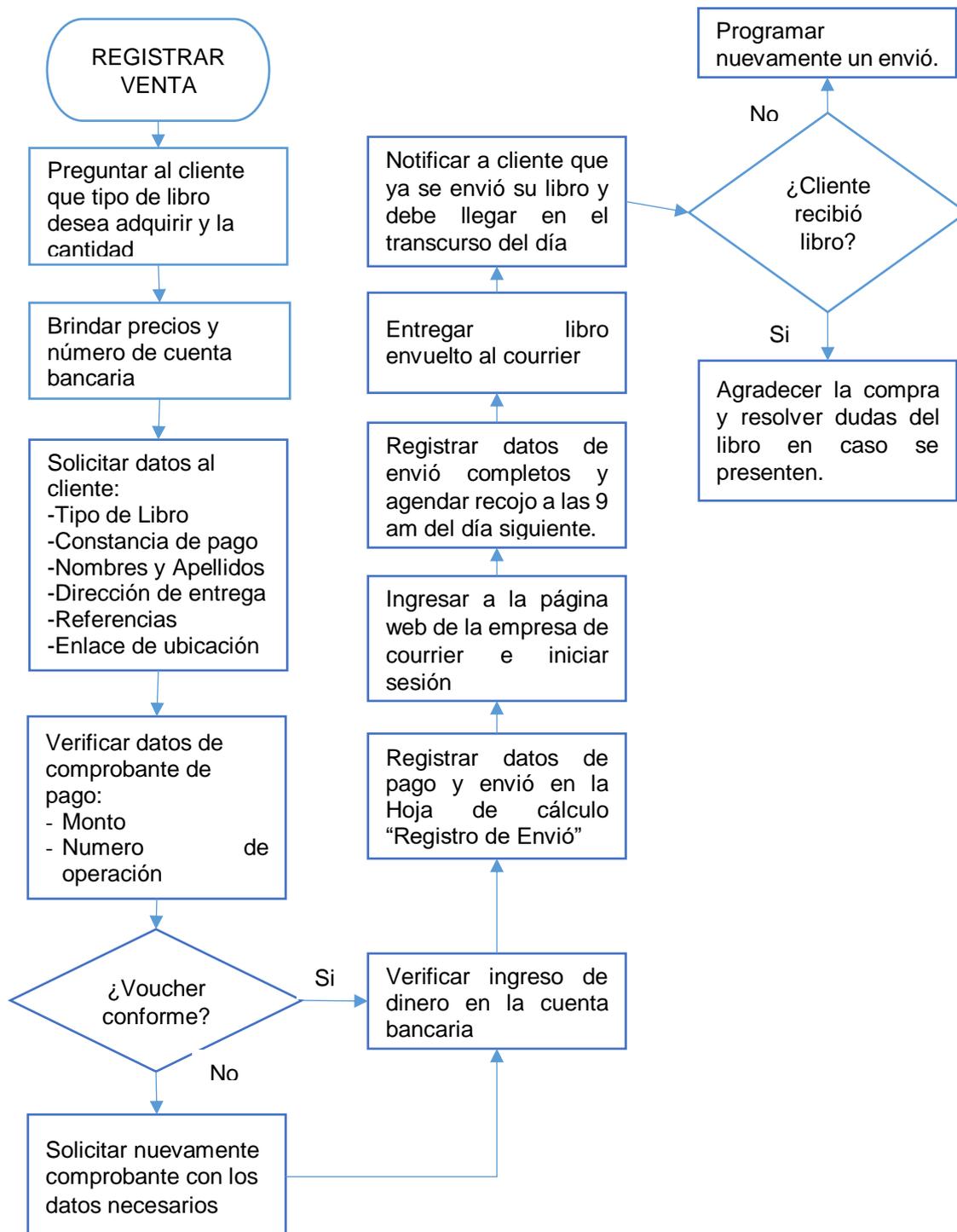
cumple la función de Gerente General en la empresa EMS BOOKS, algunas de las funciones que cumple la Señora Angie son:

- La verificación de cuentas bancarias nombre de la empresa, corroborar el cuadro correspondiente de ingresos mensuales que son registrados por las ventas.
- Documentación relacionada a nuevos convenios con entidades públicas y privadas.
- Pago de planillas.
- Evaluación de ventas trimestrales.

## Capítulo III: Aporte y Desarrollo de la Experiencia

### 3.1. Contextualización

Como se mencionó con anterioridad, la empresa EMS BOOKS trabajaba directamente con una empresa de courier externa para el envío y posterior entrega a nuestros clientes de los libros vendidos



Las ventas tanto por mayor como por menor, a continuación, podemos visualizar cual era el proceso de atención al cliente y posterior envío del libro o los libros que requería:

Como se puede visualizar en el flujograma anterior:

- En primer lugar, se le da respuesta al cliente y datos del libro que dese adquirir, de acuerdo al orden de llegada de los mensajes.
- Posteriormente se le brinda el precio correspondiente en soles o dólares y el número de cuenta bancaria.
- Una vez realizado el pedido y enviado el voucher de pago, el área de tesorería confirma que el abono sea el correspondiente en un lapso de 30 minutos.
- Luego se colocan los datos del cliente, tipo de libro, cantidad, dirección de entrega, referencias en la Hoja de Cálculo "Datos Cliente".
- Se le indica al área logística para que tenga listo el envío correspondiente, mientras el área de ventas realiza el registro del envío en la página web del courier, que tenía el siguiente tarifario:

CENTRO 1	CENTRO 2	NORTE	SUR
•San Isidro	•San Miguel (10 soles)	•San Martín de Porres	•Chorrillos (10 soles)
•Lince	•Magdalena	•Comas	•Villa María del Triunfo
•Jesús María	•Distrito Lima	•Los Olivos	•San Juan de Miraflores
•Pueblo Libre	•Surquillo	•Independencia	•Barranco (10 soles)
•Breña	•Surco (10 soles)		•Villa el Salvador
	•Miraflores		
	•San Luis		
	•La Victoria		
	•San Borja		
<b>s/8.50</b>	<b>s/9.00</b>	<b>s/8.50</b>	<b>s/13.00</b>

Figura 3.1: Tarifario Courier.

ESTE 1	ESTE 2	OESTE
<ul style="list-style-type: none"> <li>•San Juan de Lurigancho</li> <li>•El Agustino (10 soles)</li> <li>•Rímac (10 soles)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•La Molina</li> <li>•Ate (Hasta Plaza Vítarte)</li> <li>•Santa Anita (10 soles)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Callao (Hasta Óvalo 200 millas)</li> <li>•La Perla</li> <li>•Carmen de la Legua</li> <li>•Bellavista</li> <li>•La Punta (15 soles)</li> </ul>
s/13.00	s/13.00	s/10.00

Figura 3.2: Tarifario Courier.

- Se programa el recojo con la empresa de courier para el día más próximo que tenían laborable a las 9 am y se le informa al cliente cuando está llegando su pedido.
- Se realiza el seguimiento correspondiente hasta que el pedido llegue a manos del cliente o en caso contrario la devolución del paquete a nuestras manos.

Es en esta situación que, de cada 5 envíos programados, retornaban un aproximado de 2 a nuestras manos, creando una insatisfacción en nuestros clientes y malestar en nosotros como empresa, debido a que quitaba el valor de seriedad ante la situación mencionada.

### 3.2. Descripción Detallada de la Experiencia

Para comenzar a explicar mi experiencia dentro de EMS BOOKS, debo comenzar mencionando que es una empresa que se encuentra aún en

crecimiento, y recordando que lleva un poco más de dos años en el mercado, es de esta manera que, cuando ingreso a la empresa se encontraban a casi un año de su creación, siendo apenas 4 personas las que realizábamos distintas funciones.

Dentro de las funciones que realizaba, fui aprendiendo nuevos conocimientos, tales como hacer un proceso de cotización e importación de libros, cuidando que se siga el procedimiento correctamente, en el caso de la emisión de boletas y facturas, siendo muy cuidadosa al momento de la emisión, siempre revisando que estas sean emitidas el mismo día que se realizó la operación de venta, además de hacer el correspondiente envió de los mismos al cliente.

Mencionar que el trato tanto con clientes como con proveedores ayuda mucho a ampliar el trato y vocabulario que manejaba con anterioridad, que estaba más reducido netamente al ámbito contable.

Dentro de la función que realizaba elaborando las planillas, es que pude ahondar aún más los conocimientos previamente obtenidos de manera teórica, siendo de esta manera el poder aplicarlos y pulirlos con la experiencia que he ido obteniendo con el paso de los meses.

### **3.3. Análisis de la Experiencia**

Tengo un largo tiempo que llevo trabajando en EMS BOOKS y desarrollando distintas funciones, he desarrollado distintas capacidades y mejora de estrategias para el alcance de objetivos personales y en equipo con mis compañeros de trabajo, siempre buscando una solución óptima y funcional que nos permita mantener la satisfacción de nuestros clientes y la confianza que depositan en nosotros.

Durante un tiempo estuvimos teniendo fallas en la entrega de nuestros productos, es por ello que decidimos contratar nuestro propio motorizado y en octubre realizamos la compra del vehículo a un precio de S/ 8500.00:



<b>TIPO DE MOTO</b>	LINEAL
<b>MARCA</b>	NEXUS
<b>MODELO</b>	NEXUS 250XF
<b>AÑO</b>	2022

Con esta adquisición buscamos manejar nosotros los tiempos de envíos; sin embargo, al ser un poco nuevos en este rubro fuimos realizando el envío inmediato a la compra, sin antes permitirle al motorizado trazar una ruta correspondiente; es por ello, que mediante la identificación de zonas como se muestra en el siguiente cuadro procederemos a estandarizar nuestros envíos por destinos a los que llegamos y por días correspondientes, donde no hacemos el cobro de envío a nuestros clientes:

<b>CONO OESTE (Lunes)</b>	<b>CONO NORTE (Martes)</b>	<b>LIMA CENTRO (Miércoles)</b>	<b>CONO SUR (Jueves)</b>	<b>CONO ESTE (Viernes)</b>
BELLAVISTA CALLAO CARMEN DE LA LEGUA LA PERLA LA PUNTA	INDEPENDENCIA LOS OLIVOS SAN MARTIN DE PORRES PUENTE PIEDRA CARABAYLLO COMAS	LA VICTORIA SAN MIGUEL JESUS MARIA BREÑA MAGDALENA PUEBLO LIBRE LIMA BARRANCO LINCE MIRAFLORES SAN ISIDRO SAN BORJA SURCO SURQUILLO	CHORRILLOS SAN JUAN DE MIRAFLORES VILLA EL SALVADOR VILLA MARIA DEL TRIUNFO	RIMAC EL AGUSTINO SANTA ANITA LA MOLINA SAN JUAN DE LURIGANCHO

*Cuadro 1: cuadro de estandarización de envíos por zonas.*

Como se puede visualizar, el cuadro está distribuido por zonas y distritos a los que llegamos y programaremos los envíos de manera gratuita para nuestros clientes que compran libros.

Otro de nuestros objetivos es la Optimización del uso de la gasolina, ya que antes al no tener un estándar horario identificado, nuestro motorizado podía ir desde San German hasta Chorrillos, volver y luego salir a otro envío en

Carabayllo, haciendo de esta manera que se haga un desgaste del recurso humano y material, ya que el personal encargado de hacer el courier no puede planificar correctamente la ruta trazada y solo realiza envíos en el momento que se registran, el vehículo tiene un desgaste mayor ante el uso constante sin planificación previa; además, teniendo en cuenta que los envíos están incluidos dentro de la estructura de costos de los libros, como ejemplo se presenta la estructura de costos del libro BLS:

PRECIO VENTA	S/ 82.00
COSTO DEL LIBRO	S/. 41.64
COSTO DE IMPORTACIÓN	S/. 6.24
EMPAQUE (5%)	S/. 2.08
ENVIO (20%)	S/. 8.32
GANANCIA	S/. 23.72

Como se puede observar en el cuadro anterior el precio de compra del libro BLS es de S/41.64, tomamos en cuenta el costo de importación que se considera un 15% por libro, el empaque del libro para la entrega que estima un 5% y el envío pronosticado con un 20%.

También, al estandarizar logramos reducir los gastos, poniendo como ejemplo el gasto de gasolina que se hace por el siguiente recorrido:

DIAS	RECORRIDO	KILOMETROS RECORRIDOS
Lunes	SAN GERMAN – LA MOLINA – SAN GERMAN –	189.4 KM

	CARABAYLLO – COMAS – SAN GERMAN – SANTA ROSA – SAN GERMAN	
--	---	--

Cuadro 2: Ejemplo de recorrido diario

Se puede apreciar en el cuadro anterior, el recorrido de un día que comúnmente realiza el motorizado desde el mes de octubre 2022, recorriendo 189.4 km, para la entrega de 5 pedidos, porque como se explicó antes cuando se recibía un pedido, el envío se programaba de manera inmediata.

Para poder llenar el tanque se moto se recarga un total de 0.955 de galón, y con el tanque lleno podemos hacer un recorrido de 74 km; por lo tanto, para hacer el recorrido de 189.4 kilómetros debemos dividir el total de kilómetros recorridos entre los que se recorre el vehículo con el tanque lleno, para saber la cantidad de llenadas de tanque que se debe hacer.

K= Kilómetros por recorrer

K/M= Kilometro que recorre la moto con tanque lleno

LL/T= Llenada de tanque

$$\frac{K}{K/M} = C/K$$

$$\frac{189.4}{74} = 2.55$$

El resultado da a 2.55 veces que se debe hacer la recarga de Gasohol 95 Plus, lo que redondeamos a 3 veces.

Considerando que el precio promedio de Gasohol 95 Plus es de S/21.20, el tanque de la moto se llena con 0.755 de galón:

P= Precio Gasohol

T/M= Capacidad del tanque de la moto

M/T = Monto a tanquear

$$P * T/M = M/T$$

$$21.2 * 0.755 = 16.00$$

Por lo que con S/16.00 se llena el tanque de la moto.

Solo para el recorrido de ese día lunes se recargo 3 veces el tanque con el monto de S/16.00 lo que nos da un total de S/ 48.00, en esta medida proyectando a 5 días a la semana este gasto asciende a S/. 240.00.

Este recorrido se hace debido a que una vez concretada la venta, se hacia el envío, sin esperar un tiempo prudencial para juntar más pedidos y que el motorizado pueda hacer su ruta de entrega.

La estandarización proyectada se realizó a partir del monto que se utiliza para tanquear la moto de nuestro courier, que actualmente es de S/16, y teniendo en cuenta que, por los recorridos antes mencionados, llegaba a tanquear la moto hasta 3 veces en un día por las distancias recorridas, estábamos teniendo un gasto mayor al que cubre la estructura de costos.

También, como opción a nuestros clientes se les dará que puedan realizar el pago del Delivery en caso no estén de acuerdo con el día que les corresponde el envío gratuito, por lo que se hace un cobro por zonas o conos y los distritos a los que llegamos

CONO OESTE	CONO NORTE	LIMA CENTRO	CONO SUR	CONO ESTE
S/ 11.00	S/ 11.00	S/ 12.00	S/ 25.00	S/ 15.00
BELLAVISTA	INDEPENDENCIA	SAN MIGUEL	CHORRILLOS	RIMAC
CALLAO	LOS OLIVOS	JESUS MARIA	SAN JUAN DE	EL AGUSTINO
CARMEN DE	SAN MARTIN DE	BREÑA	MIRAFLORES	SANTA ANITA
LA LEGUA	PORRES	LIMA	VILLA EL	SAN JUAN DE
S/ 16.00	S/ 16.00	MAGDALENA	SALVADOR	LURIGANCHO
LA PERLA	PUENTE PIEDRA	PUEBLO	VILLA MARIA	S/ 21.00
LA PUNTA	COMAS	LIBRE	DEL TRIUNFO	LA MOLINA
VENTANILLA	S/26.00	S/ 15.00	S/ 35.00	CHOSICA
	SANTA ROSA	LA VICTORIA	LURIN	ATE
	ANCON	LINCE	PACHACAMAC	
	CARABAYLLO	MIRAFLORES		
		SAN ISIDRO		
		S/19.00		
		BARRANCO		
		SAN BORJA		
		SURCO		
		SURQUILLO		

Cuadro 3: cuadro de costo de envíos por zonas y distritos.

Para poder llegar a los montos a cobrar primero se determinó que por recorridos el tanque lleno de la moto, llega a recorrer la distancia de 74 km; considerando que el tanque que la moto posee se llena con 0.755 de galón, y el precio del Gasohol 95 Plus en el mes de octubre 2022 era de S/ 21.20, es como se indicó anteriormente que cada llenada de tanque nos costaba S/ 16.00.

De esta manera podemos estimar el costo por kilómetro, dividiendo la llenada de tanque entre la distancia total que nos permite recorrer el tanque lleno:

T=: Costo de llenada del tanque

D= Distancia que recorre con tanque lleno

$$\frac{T}{D} = C/K$$

$$\frac{16}{74} = 0.216$$

Es así que determinamos que el costo por kilómetro de gasolina es de S/ 0.216.

Otro de los factores para determinar el monto, es la cantidad de kilómetros que se recorrerá, entre ida y vuelta correspondientemente de cada destino, tomamos como ejemplo al Cono Este.

INICIO	FIN	DISTANCIA
SAN GERMAN	CARMEN DE LA LEGUA	4.7 KM
SAN GERMAN	BELLAVISTA	8.2 KM
SAN GERMAN	CALLAO	9.6 KM
SAN GERMAN	LA PERLA	12.9 KM
SAN GERMAN	LA PUNTA	15.2 KM
SAN GERMAN	VENTANILLA	22.8 KM

*Cuadro 4: Distancias en kilómetros de Cono Este*

La distancia de San German a Carmen de la Legua, Bellavista y Callao, es muy similar y se encuentran cercanas entre sí, es por ello que sacamos un promedio de la distancia recorrida, lo que nos da 7.5 km en un solo sentido, por lo que considerando recorrido de ida y vuelta sería un total de 15 km.

Siguiendo este ejemplo el costo de este recorrido, sería la multiplicación de los kilómetros por recorrer por el costo por kilómetro:

K= Kilómetros por recorrer

C/K= Costo por kilometro

C/R= Costo del recorrido

$$K * C/K = C/R$$

$$15 * 0.216 = 3.24$$

Es así que determinamos que el costo por recorrido es de S/. 3.24.

Otro de los factores importantes será el talento humano, y de esta manera su salario mensual será dividido entre 30, para determinar su salario diario, y posteriormente este será dividido entre 10, que son los envíos estándar en un día, lo que nos daría el pago por envío a nuestro motorizado.

S= Sueldo mensual del motorizado

E/D= Promedio de envíos en un día

P/E= Pago por envío

$$\frac{S}{30 * E/D} = P/E$$

$$\frac{1500}{30 * 10} = 5$$

Es así que determinamos que el pago por envío a nuestro motorizado es de S/. 5.00.

También tomaremos en cuenta la depreciación del vehículo que es de 5 años, por lo que el cálculo es el siguiente para el estimado diario y dividido por la cantidad de envíos estándar que es 10:

P/V= Precio del vehículo

T/D= Tiempo de depreciación

E/D= Promedio de envíos en un día

D/D= Depreciación diaria

$$\frac{P/V}{T/D} / (360 * 10) = D/D$$

$$\frac{8500}{5} / (360 * 10) = 0.47$$

Se determina como depreciación diaria el monto de S/. 0.47.

Otro de los factores es el mantenimiento que se le hace mensual al vehículo, nosotros contamos con un taller que nos cobra S/150.00 por el servicio, también se hizo la cotización pertinente con otras empresas mecánicas y se estimó el mismo promedio; siendo así, sacamos el cálculo diario y será dividido entre 10, que son los envíos estándar en un día:

P/M= Precio del mantenimiento

D= Días

E/D= Promedio de envíos en un día

M/E= Mantenimiento por envío

$$\frac{P/M}{D} / (E/D) = D/D$$

$$\frac{150}{30} / (10) = 0.50$$

Se determina como mantenimiento diario el monto de S/. 0.50.

En este sentido, para el recorrido en los distritos de Carmen de la Legua, Bellavista y Callao hasta el momento se va haciendo un cálculo de S/. 9.21, monto al cual se le sumará un 20% que cubrirá posibles contingencias:

C/R= Costo del recorrido

P/E= Pago por envío

D/D= Depreciación diaria

M/E= Mantenimiento por envío

CT= Costo total

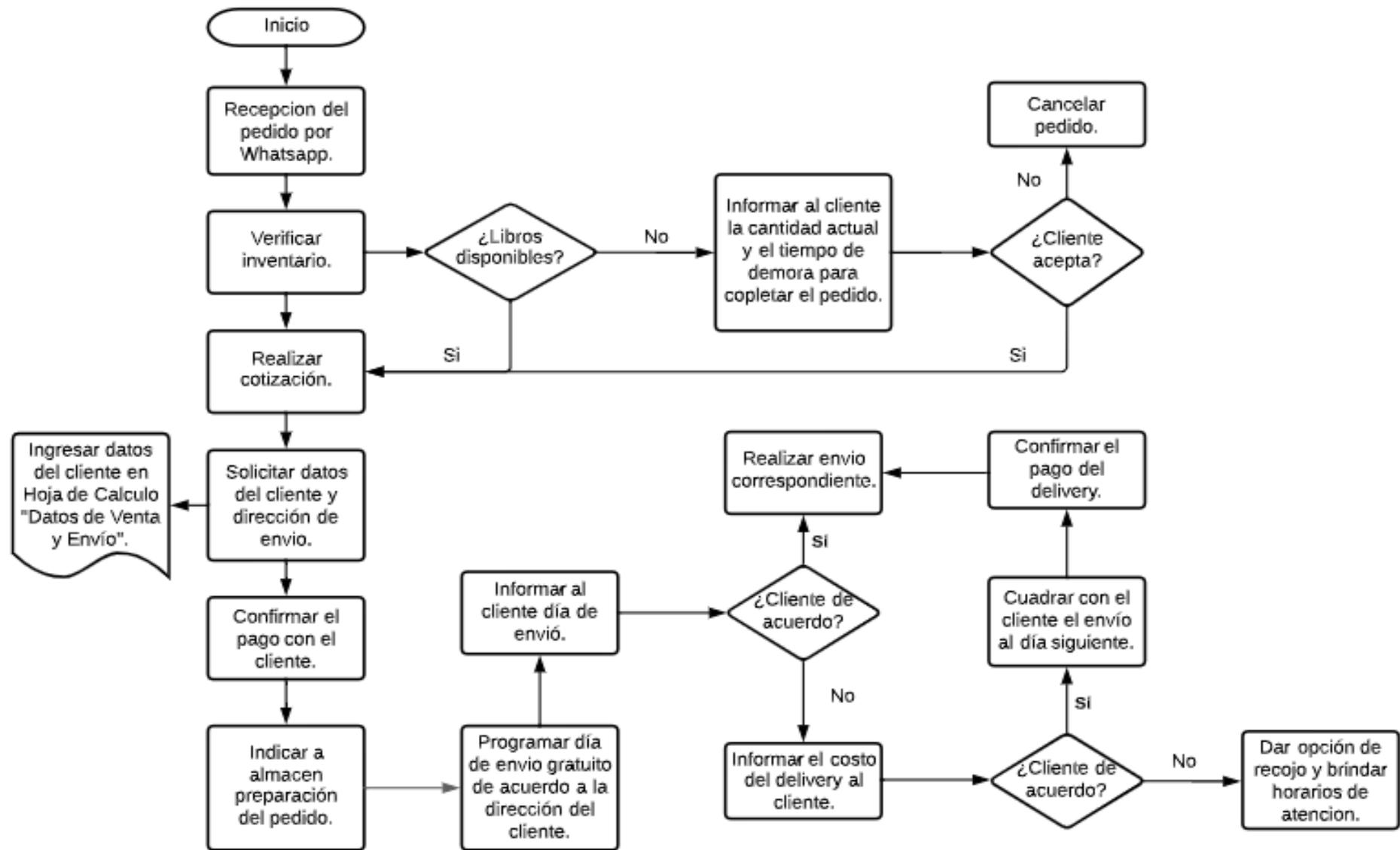
$$(C/R + P/E + D/D + M/E) + 20\% = CT$$

$$(3.24 + 5 + 0.47 + 0.50) + 20\% = 11$$

Se determina como costo total S/. 11.00 para el recorrido a estos distritos.

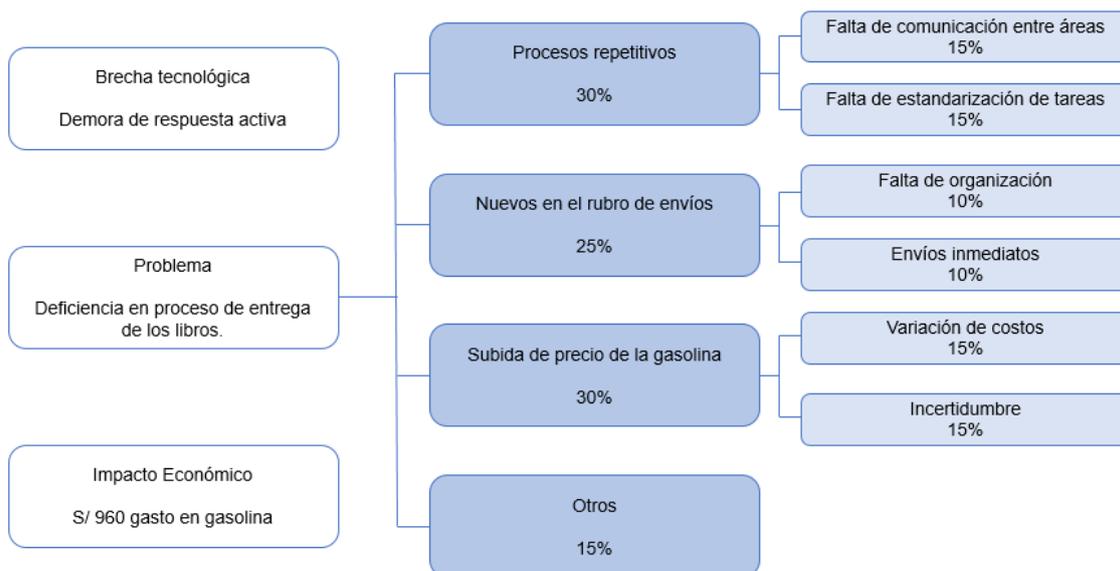
De esta manera es que se determinó el costo del Delivery por conos y distritos cercanos, como se observa en el Cuadro 3.

A continuación, se presentará el flujograma de propuesta en detalle, sobre las decisiones que son posibles tomar en caso el cliente necesite un envío de emergencia.



De acuerdo al Flujograma anterior, debemos tener en cuenta que la recepción de los pedidos será en el rango horario de 9 am a 5 pm,

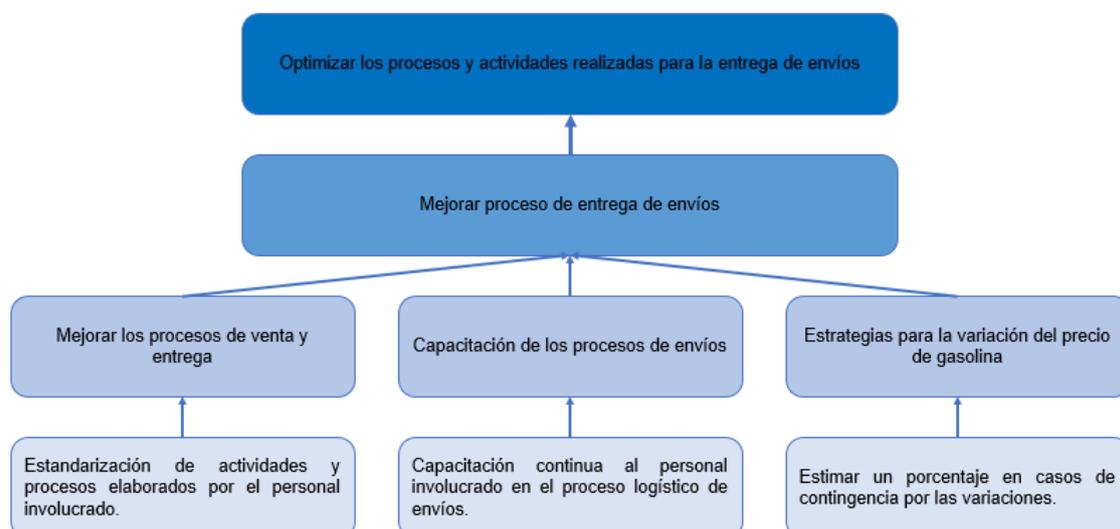
- En primera instancia los encargados del Área de Ventas responden los mensajes pendientes, absolviendo dudas de los clientes y pedidos.
- Una vez el cliente hace un pedido, el Área de Ventas realiza la cotización correspondiente, donde están los datos del producto solicitado, la cantidad, el precio por unidad, precio total y los números de cuenta a nombre de EMSBOOKS.
- Cuando el cliente acepta la cotización se solicitan los datos de envío: dirección, referencia, persona que recibe.
- Verificamos la dirección y en qué distrito se encuentra para notificar al cliente que día le corresponde su envío gratuito.
- En caso que el cliente no esté de acuerdo con el día que le corresponde el envío gratuito, se le indica que puede ser al día siguiente, pero debe pagar el envío.
- Si el cliente no está de acuerdo con la tarifa se le da la opción de recoger el libro en nuestra oficina y se le indican los horarios de atención.
- Si el cliente acepta solicitamos que nos envíe el voucher del pago correspondiente y el mismo es derivado al Área de Tesorería quien se encarga de validar el depósito correspondiente en un plazo aproximado de 20 minutos.
- Con el depósito validado, se da la indicación correspondiente a Almacén para que se prepare los pedidos con los datos correspondientes.
- El Área de Ventas hace los registros correspondientes de envíos hasta las 5 pm en la Hoja de Cálculo "Datos de ventas y envíos".
- A las 5:30 pm se le entrega al motorizado la hoja de envíos programados para el día siguiente laborable.



La empresa EMS BOOKS ha gastado solo en gasolina un promedio de S/. 960 mensualmente por realizar envíos de manera inmediata sin permitir que el courier trazará una hoja de ruta.

Durante el último trimestre utilizando este método de envíos, hemos tenido un promedio del 30% en eficiencia, a pesar que hayamos concretado un 70% de las ventas.

Este promedio se evalúa de acuerdo al mal uso de los recursos con los que contamos y el mal manejo de información a raíz de una decisión de satisfacción inmediata al cliente, sin contar con otras variables.



## Conclusiones

1. Podemos concluir que EMSBOOK es una empresa que se dedica a la distribución de libros relacionados con atención prehospitalaria en el Perú, la compañía ha logrado establecerse en el mercado y ha ganado la fidelidad de muchos clientes gracias a su experiencia y reconocimiento en el campo.
2. Aunque EMS BOOK S se encontró con un problema, su reputación y experiencia en el mercado le permitieron superarlo y encontrar una solución alternativa que a corto plazo se mantiene efectiva, ya que busca la constante mejora en su servicio al cliente, mediante las decisiones que toma.
3. La importancia de la satisfacción del cliente es un punto clave para las empresas, debido a que la misma busca la fidelización de los clientes.
4. El manual de organización de funciones, aún es muy básico y confuso, lo que ocasiona que algunos procesos sean repetitivos.
5. La falta de una jerarquía establecida correctamente, genera confusión e incongruencia en ciertas actividades.

## Recomendaciones

1. Se recomienda mejorar la organización de funciones designadas al personal, para de esta manera no haya acciones repetitivas.
2. Se recomienda un cambio de procesos, como se plasma en el flujograma de propuesta, en cuanto a la recepción de un pedido y el envío del mismo, es de esta manera que se hacen los procesos necesarios y efectivos para crear una satisfacción en el cliente.
3. Hacer seguimiento continuo respecto al uso del recurso como es la gasolina y la proyección de cómo se reducen los gastos de envíos gratuitos, tal y como se proyecta con la propuesta.
4. Implementar encuestas de satisfacción respecto a la atención brindada por el courier, de esta manera, realizar un seguimiento para continuar la mejora del servicio.

## Referencias Bibliográficas

- Álzate Alvarán, J. y Pérez Olascuaga, S. (2018). *Logística: punto de inflexión del mercado moderno*. Revista Científica Anfibios, 1(2), 21-27. <https://doi.org/10.37979/afb.2018v1n2.24>
- Badillo Carrasco, K. y Cetre Novilos, K. (2018). *Uso de la metodología “Justo a Tiempo” en las empresas de servicios*. Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, 1-11. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/09/metodologia-justoatiempo-empresas.html>
- Balanzategui García, R. I., Vega Flor, J. G. y López Naranjo, A. L. (2022). *Cadena de Suministro de Bienes y Servicios en la Empresas Industriales*. Revista Polo del Conocimiento, 7(1), 978-997. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8331453>
- Bleier, A. (2018). *Customer satisfaction: A comprehensive literature review in customer experience*. Revista Journal of Business Research, 77, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.04.014>
- Carreño Solis, A. J. (2018). *Cadena de Suministro y Logística*. Pontificia Universidad Católica del Perú: Fondo Editorial.
- Causado Rodríguez, E., Charris, A. y Guerrero, E. (2019). *Mejora continua del servicio al cliente mediante ServQual y Red de Petri en un restaurante de Santa Marta*. Información Tecnológica 30. 73-84. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000200073>
- Christopher, J., Gattorna, M., & Menachof, H. (2019). *Logistics and supply chain management in the age of digitalization and sustainability: Toward a research agenda*. Revista International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 49(9), 870-891. <https://doi.org/10.1108/IJPDLM-06-2019-0239>
- DINSAEMS. (s.f.). EMS. Recuperado el 6 de marzo de 2023, de <https://dinsaems.com/default/>

- Escuela Peruana de Paramédicos (2023, 12 de enero). *Inicio de clases 2023*.  
[https://www.facebook.com/profile/100069874987762/search/?q=ems%20books&locale=es\\_LA](https://www.facebook.com/profile/100069874987762/search/?q=ems%20books&locale=es_LA)
- He, Y. y Wei, H. (2021). *Exploring the roles of satisfaction, trust, and commitment in online repeat purchase intention*. Revista Journal of Internet Commerce, 20(3), 211-228. <https://doi.org/10.1080/15332861.2021.1906947>
- Kordrostami, V. Z., Rabbani, M., y Rabbani, S. (2019). *A methodology for just-in-time inventory control with demand forecasting and price discount optimization*. Revista Computers & Industrial Engineering, 135, 122-137. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2019.07.008>
- Lin, C.-P., & Hsu, W.-C. (2019). *The impact of personalized recommendations and consumer innovativeness on service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in an online shopping context*. Revista International Journal of Information Management, 44, 65-75. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.08.007>
- Machado, J. C., Mata, F., y Ferreira, J. (2019). *The role of emotions in customer satisfaction and loyalty*. Revista Journal of Business Research, 99, 365-376. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.025>
- Manrique Nugent, M. A., Teves Quispe, J., Taco Llave, A. M. y Flores Morales, J. A. (2019). *Gestión de cadena de suministro: una mirada desde la perspectiva teórica*. Revista Venezolana de Gerencia, 24(88), 1136-1146. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i88.30168>
- Martínez, L. y El Kadi, O. (2019). *Logística Integral y Calidad Total, Filosofía de Gestión Organizacional orientadas al cliente*. Revista Arbitrada Interdisciplinada Koinonía. 4(7), 202-232. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7062704>
- Méndez Candelo, M.D. (2022). *Propuesta de mejora en el proceso de entregas a domicilio y retiros de mercadería en la empresa Almacenes La Ganga RCA S.A.* [Tesis de Título Profesional, Universidad de Guayaquil]. Repositorio de la Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/60555>

- Morales Ospina, A. (2019). *El servicio al cliente como estrategia competitiva*. Revista Colombiana de Ciencias Administrativas. 1(1), 8-20. <https://doi.org/10.52948/rcca.v1i1.39>
- Murillo Moreno, L. (2018). *Fundamentos de Servicio al Cliente*. Fundación Universitaria del Área Andina. <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/3523>
- Oviedo Loayza, B. F. (2018). *Just in Time y su influencia en la rentabilidad de las empresas comercializadoras de pinturas en el distrito de Carabayllo, año 2017* [Tesis de Título Profesional, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/33208>
- Paulsen, N., Brewer, P. D., y Wyld, J. M. (2019). *Achieving Supply Chain Integration through the Use of Social Media Technologies: Evidence from the Australian Wine Industry*. Revista Journal of Promotion Management, 25(3), 384-401. <https://doi.org/10.1080/10496491.2019.1572952>
- Peralta Lorduy, I., Gómez Salinas, S., Ariza, M. J. y Martínez, L. (2018). *Consideraciones acerca de la importancia de la logística integral en las empresas*. Revista Saber, Ciencia y Libertad En Germinación, 11, 157-160. <https://doi.org/10.18041/2382-3755/germinacion.2018V11.9048>
- Tenorio Quiñonez, E. J. y Tenorio Quiñonez, K. N. (2023). *Propuesta de Aplicación de la Metodología Justo a Tiempo para Reducir el tiempo de Almacenamiento en los Tanques de Materia Prima y Producto Terminado de la Empresa OLIOJOYA S.A* [Tesis de maestría, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/23999>

## ANEXOS

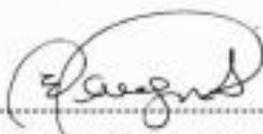
Anexo I: Autorización de la empresa para realizar el trabajo.



### CARTA DE AUTORIZACIÓN

Mediante la presente autorizo a la Srta. Carla Andrea Bohórquez Ramos identificada con DNI N° 75115557 para la realización del trabajo de suficiencia profesional titulado "IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE UN FLUJOGRAMA PARA LA MEJORA DEL PROCESO DE ENTREGA DE LIBROS EN LA EMPRESA EMS BOOKS" y se encuentra facultada para obtener la información requerida de la empresa con el fin de elaborar adecuadamente su trabajo de suficiencia profesional.

Lima, 11 de Febrero del 2023.



Angie Consuelo Denegri Atalaya  
Gerente General  
EMS BOOKS



Contacto:  
[emsbookperu@gmail.com](mailto:emsbookperu@gmail.com) / [info@ems-books.com](mailto:info@ems-books.com) / 915057288 / [www.ems-book.com](http://www.ems-book.com)

Anexo II: Referencias fotográficas



### Anexo III: Referencias fotográficas

