

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

"Efectividad de la sinergia en la comunicación para el proceso de distribución de los productos Ebel por la empresa Quick Express."

Trabajo de tesis presentado por:  
SUSAN KARINA MARROQUIN ARRIVILLAGA

Previo a optar al título de  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor  
Lic. Carlos Antonio Melgar Contreras

Guatemala, Septiembre de 2008.

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**DIRECTOR**

Lic. Gustavo Bracamonte

**CONSEJO DIRECTIVO  
REPRESENTANTE DE DOCENTES**

Lic. Julio Moreno

**REPRESENTANTE DE EGRESADOS**

Lic. Ramiro Mac Donald Blanco

**REPRESENTANTES ESTUDIANTILES**

Steven Mencos

Edgar Hernández

**SECRETARIO**

Lic. Axel A. Santizo F.

**TRIBUNAL EXAMINADOR**

Lic. Carlos Antonio Melgar Contreras (Presidente)

Licda. Miniam Yucuté (Comité examinador)

M.A. Otto Yela (Comité examinador)

M.A. Silvia Búcaro (Examinador)

Dr. Wagner Díaz (Examinador)

M.A. María del Rosario Estrada (Suplente)



**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 15 de abril de 2008  
Dictamen aprobación 06-08  
Comisión de Tesis

Estudiante  
Susan Karina Marroquín Arrivillaga  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad de Guatemala

Estimada estudiante Marroquín:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la comisión de tesis en el inciso 3.6 del punto 3 del acta 01-2008 de sesión celebrada el 14 de abril de 2008.

3.6. Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al estudiante Susan Karina Marroquín Arrivillaga, carné 199921607, el proyecto de tesis *EFFECTIVIDAD DE LA SINERGIA EN LA COMUNICACIÓN PARA EL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS EBEL POR LA EMPRESA QUICK EXPRESS* B) Nombrar como asesor a: licenciado Carlos Antonio Melgar Contreras.

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
M.A. Aracely Mérida  
Coordinador Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis  
AM/Eunice S



Guatemala, 14 de mayo de 2008.  
ECC 497-08

Señor (a) (ita)  
Susan Karina Marroquín Arrivillaga  
Esc. De Ciencias de la Comunicación

Estimado (a) Señor (a) (ita):

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 6.4 del Punto SEXTO del Acta No. 12-08 de sesión celebrada el 06-05-08.

"SEXTO:...6.4...El Consejo Directivo, con base en el dictamen favorable y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para la elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación vigente, ACUERDA: 1) Nombrar a los profesionales: Lic. Carlos Melgar (Presidente), M.A. Otto Yela y Licda. Miriam Yucuté, para que integren el Comité de Tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis del (a) estudiante **SUSAN KARINA MARROQUÍN ARRIVILLAGA**, Carné No. 199921607, cuyo título es: "EFECTIVIDAD DE LA SINERGIÁ EN LA COMUNICACIÓN EN EL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS EBEL POR LA EMPRESA QUICK EXPRESS". El comité contará con quince días calendario a partir de la fecha de recepción del proyecto, para dictaminar acerca del trabajo".

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
Lic. Axel A. Santizo  
Secretario



AASf/esg

*Por una Escuela con luz propia*



**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
Universidad de San Carlos de Guatemala

**APROBACIÓN TERNA REVISORA**

Guatemala, 15 de Julio de 2008.

Señores  
CONSEJO DIRECTIVO  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Edificio M2  
Ciudad Universitaria, zona 12

Distinguidos señores:

Por este medio informamos a ustedes que el (la) estudiante Guzmán Karina Marroquín Arias, carné 199921607 ha realizado las correcciones y recomendaciones al TRABAJO DE TESIS, cuyo título es:

"Efectividad de la sinergia en la comunicación para el proceso de distribución de los productos Ecol por la empresa Quick Express"

En virtud de lo anterior, se emite **DICTAMEN FAVORABLE**, a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

Miembro Comisión Revisora

*Lidia Yela*

Miembro Comisión Revisora

Presidente Comisión Revisora

Lic. Carlos Antonio Melgar  
COMUNICADOR SOCIAL  
COLEGIADO 10340

Copla: archivo



Guatemala, 19 de agosto de 2008.  
ECC 835-08

Señor (a) (ita)  
**Susan Karina Marroquín Arrivillaga**  
Esc. De Ciencias de la Comunicación

Estimado (a) Señor (a) (ita):

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 8.6 del Punto OCTAVO del Acta No. 18-08 de sesión celebrada el 14-08-08.

“OCTAVO:...8.6...El Consejo Directivo, ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: “EFECTIVIDAD DE LA SINERGIA EN LA COMUNICACIÓN PARA EL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS EBEL POR LA EMPRESA QUICK EXPRESS”, presentado por el (la) estudiante **Susan Karina Marroquín Arrivillaga**, Carné No. 199921607, con base en el dictamen favorable del comité de tesis nombrado para el efecto; b) Se autoriza la impresión de dicho trabajo de tesis; c) se nombra a los profesionales: M.A. Silvia Búcaro, Dr. Wangner Díaz y M.A. María del Rosario Estrada (suplente), para que con los miembros del Comité de Tesis, Lic. Carlos Antonio Melgar (Presidente), Licda. Miriam Yucuté y M.A. Otto Yela, para que integren el Tribunal Examinador y d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación.”

Atentamente,

“ID. Y ENSEÑAR A TODOS”

Lic. Axel A. Santizo F.  
Secretario

AASF/csg

*Por una Escuela con luz propia*

## **ACTO QUE DEDICO**

- A Dios:** el centro de mi vida.
- A mis padres:** gracias por darme la vida, por todos sus esfuerzos, sacrificios, por su amor y por quienes soy.
- A mi padre:** Carlos Alberto Marroquín Gómez, gracias por haber sido el mejor padre para mí, por tus consejos y tu buen ejemplo, el ángel que me cuida y me guía desde el cielo, sé que estarás orgulloso de mi.
- A mi madre:** Gladys Arrivillaga Rosito, una mujer maravillosa digna de admiración y respeto, eres ejemplar gracias esto es por ti y para ti.
- A mi esposo:** José Abelardo Arroyo Samayoa, por estar a mi lado en este momento importante de mi vida, gracias por tu amor y apoyo.
- A mi hija:** Daniela Arroyo Marroquín, mi fuente de motivación, inspiración y superación.
- A mi hermana:** Karla J. Marroquín A., por ser más que una hermana una amiga, gracias por estar cuando siempre he necesitado de alguien.
- A mis sobrinos:** Luis Fernando y María Ximena, que son parte importante de mi vida.
- A mis familiares,  
Amigos y amigas:** por estar en las buenas y malas conmigo, por el apoyo, gracias.
- A mi asesor, padrino  
Y amigo:** Lic. Carlos Antonio Melgar Contreras, quien fue parte del logro de este objetivo de mi vida, gracias por tu apoyo, cariño y amistad.
- A la Escuela de Ciencias de la Comunicación que fue parte de mi formación profesional.**

**Para efectos legales, únicamente el tesinado es responsable del contenido de este trabajo.**

## INDICE

Resumen	3
Introducción	4
<b>Capítulo I</b>	<b>7</b>
1. Marco Conceptual	8
1.1 Planteamiento del problema	8
1.2 Justificación de la investigación	10
1.3 Objetivos de la investigación: General y específicos	11
1.4 Alcances y límites: Limitación Geográfica y temporal	12
<b>Capítulo II</b>	<b>13</b>
2. Organización Institucional de la empresa Quick Express	14
2.1 Antecedentes de la empresa	14
2.2 Misión de la empresa	14
2.3 Énfasis comercial	14
2.4 Infraestructura de la empresa	15
2.5 Organigrama de la empresa	17
<b>Capítulo III</b>	<b>18</b>
3. Sinergia en el proceso de comunicación	19
3.1 Sinergia: sus antecedentes	19
3.2 Concepto de sinergia	22
3.3 Requisitos de la sinergia	25
3.4 Sinergia y trabajo en equipo	26
3.5 Comunicación y sus aplicaciones en el proceso de distribución	28
3.5.1 La comunicación en Quick Express	31
3.6 Elementos del proceso de comunicación y sinergia en Quick Express	32

<b>Capítulo IV</b>	37
4. Comunicación actual en el proceso de distribución en Quick Express	38
4.1 Comunicación interpersonal en Quick Express	38
4.1.1 Comunicación con el departamento de logística	42
4.1.2 Comunicación con el departamento de servicio al cliente	44
4.2 Comunicación Interinstitucional entre Quick Express y Ebel	46
<b>Capítulo V</b>	48
5. Causas comunicacionales que afectan el desempeño de la distribución de Quick Express	49
5.1 Coordinación y evaluación del desempeño del departamento de logística	49
5.2 Evaluación de los elementos de coordinación de servicio al cliente	52
<b>Capítulo VI</b>	53
6. Procedimientos a establecer para el proceso de distribución de los productos Ebel por la empresa Quick Express	54
6.1 Proceso de comunicación efectivos y sinergia en el departamento de logística	54
6.2 Proceso de comunicación efectivos y sinergia en el departamento de servicio al cliente	58
6.3 Proceso de comunicación efectivos y sinergia entre Quick Express y Ebel	59
<b>Capítulo VII</b>	61
7. Marco Metodológico	62
7.1 Metodología	62
7.2 Técnicas e instrumentos	62
7.3 Población	63
7.4 Mecánica	63
<b>Conclusiones</b>	64
<b>Recomendaciones</b>	65
<b>Bibliografía</b>	67
<b>Anexos</b>	69

## RESUMEN

Nombre del tema: Efectividad de la sinergia en la comunicación en el proceso de distribución de los productos Ebel por la empresa Quick Express.

Por: Susan Karina Marroquín Arrivillaga.

Problema Investigado: Los pilotos de la empresa Quick Express quienes son los responsables de llevar hasta su destino final cada pedido, deben de contar con los elementos necesarios para cumplir con esta función de comunicación importante entre la empresa y el cliente, ya que deberá ser el piloto quien informe a servicio al cliente cuando se encuentre con una situación que le impida cumplir con el proceso solicitado por Ebel.

Instrumento: encuesta de respuesta directa de 15 interrogantes dicotómicas a representantes de servicio al cliente y pilotos repartidores, como a personal de logística de Ebel, entrevista a Gerentes y Jefes administrativos.

Procedimiento: Visita a las instalaciones de la empresa Quick Express y Ebel donde se procedió a la entrevista y encuesta a administradores y pilotos.

Resultados obtenidos y conclusiones:

El fin de esta investigación es establecer la sinergia dentro del proceso de comunicación efectivo para crear procedimientos que contribuyan al desarrollo óptimo de la distribución de un producto.

## INTRODUCCION

El fin de esta investigación pretende crear y establecer procedimientos efectivos de comunicación que contribuyan al desarrollo óptimo de la distribución de un producto, con el fin de satisfacer la necesidad del cliente de llegar hasta el consumidor final y que tiene como título “Efectividad de la sinergia en la comunicación para el proceso de distribución de los productos Ebel por la empresa Quick Express”.

En el capítulo I se muestra específicamente los objetivos de la investigación,

- Establecer la efectividad de la sinergia en la comunicación entre el personal del departamento de logística y los responsables de servicio al cliente para el cumplimiento de las metas establecidas por la empresa Quick Express en el reparto de los productos Ebel.
- Determinar cuáles son las condiciones de comunicación que se desarrollan entre Quick Express y Ebel.
- Evaluar cuáles son los procesos de sinergia en la comunicación que actualmente se realizan en el departamento de logística y servicio al cliente de Quick Express.
- Analizar si el departamento de servicio al cliente de Quick Express cumple su función de comunicar e informar al cliente Ebel sobre los obstáculos con que se enfrenta el personal de logística.
- Determinar si la sinergia establece una efectividad en la comunicación en el proceso de distribución de los productos Ebel por Quick Express.

Seguidamente se plantea que la sinergia ya es un elemento utilizado y con efectividad, como se muestra en el caso de "La declaración de los derechos de las personas con discapacidad de la ONU", el cual es un claro ejemplo de que el trabajo en equipo obtiene mejores y mayores resultados, que cuando se hace individualmente.

Se hace Referencia a la comunicación propia de la empresa Quick Express, como se esta manejado el departamento de servicio al cliente y logística, y como estos en conjunto se coordinan para cumplir con los requerimientos del cliente. Además de mencionar como funciona actualmente el proceso de comunicación entre Quick Express y Ebel.

De tal manera se establecen las causas que afectan el desempeño de la distribución de Quick Express, y se define como está organizado cada departamento y que función cumple cada uno:

Se establecen los procedimientos para el proceso propiamente de comunicación efectiva y sinergia de distribución de los productos Ebel por la empresa Quick Express, en cada unos de los departamentos involucrados, siendo estos servicio al cliente y logística.

La investigación establece como objetivo, el interpretar la realidad del hecho que nos invade en esta investigación que es la descripción de la comunicación que se da en la empresa, se considera la metodología descriptiva ya que esta no estudia la causas sino simplemente describe el fenómeno. Luego de haberse establecido el tipo de metodología de la investigación, las técnicas utilizadas como fue la entrevista y encuesta, la población que sirvió para el desarrollo de la misma así como la mecánica.

**“EFECTIVIDAD DE LA SINERGIA EN LA COMUNICACIÓN PARA EL PROCESO DE DISTRIBUCION DE LOS PRODUCTOS EBEL POR LA EMPRESA QUICK EXPRESS”**

**CAPITULO I**  
**MARCO CONCEPTUAL**

## **CAPITULO I**

### **1. MARCO CONCEPTUAL**

#### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El concepto de la sinergia trata de la cooperación entre personas u organizadores para realizar una función de forma más eficaz que si trabajaran independientes. La comunicación a su vez podemos decir que consiste en el proceso de intercambio de pensamientos o ideas con otro o varios individuos.

Estos unidos darían como resultado un proceso correcto de solución a las empresas que deberían organizarse y tener una buena comunicación dentro de su equipo de trabajo para dar resultados efectivos y por consiguiente dar a sus clientes un servicio óptimo.

Actualmente la empresa nacional Quick Express bajo su nombre comercial Envíos Nacionales e Internacionales Rápidos, S. A. es una empresa que se dedica a prestar servicio de distribución a empresas a nivel nacional, dentro de su cartera de clientes se encuentra Ebel, que es una empresa reconocida a nivel internacional por su venta de cosméticos por catálogo.

Quick Express se encarga de distribuir en toda la república los pedidos que todas las consultoras afiliadas a Ebel hacen mensualmente, este proceso de distribución cuenta con un tiempo límite de entrega para que sea llevado a la puerta del domicilio de cada

una de ellas, pero siempre influye dentro de esa medición de tiempo dificultades en la entrega que los pilotos debieran comunicar para que el indicador de efectividad de entrega que mide Ebel a Quick Express, no sea afectado.

Este factor que afecta la comunicación involucra al departamento de logística de la empresa que es el encargado de llevar el producto hasta su destino final. Esto implica una serie de controles y de complementos al servicio indicando al cliente cuando no se haya podido realizar la entrega, cuestión que actualmente no sucede y que da como resultado un mal servicio.

**Los responsables de llevar hasta su destino final cada pedido, es decir los pilotos de la empresa Quick Express, deben de contar con los elementos y condiciones necesarios para cumplir con esta función de comunicación importante entre la empresa y el cliente, ya que deberá ser el piloto quien informe al departamento de servicio al cliente cuando se encuentre con una situación que le impida cumplir con el proceso solicitado por Ebel.**

Es por ello que como parte de este proceso se ha decidido investigar para implementar nuevos procedimientos que contribuyan en la mejora de la comunicación entre Quick Express y Ebel para dar resultados efectivos y esperados en las entregas de los pedidos.

Como consecuencia de la comunicación de la empresa Quick Express, los resultados son percibidos, por el mercado de tal manera que este se convierta en el alma de la investigación.

## 1.2 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

Quick Express inició sus servicios de distribución en diciembre del año 2005, organizado por una Gerencia General, Gerencia Financiera, Departamento de Contabilidad, Servicio al Cliente, Logística, Ventas, CPO. Cada uno de estos son parte fundamental para prestar el servicio que se ha ofrecido a cada uno de los clientes que confían en la empresa, para la distribución de sus productos.

Ebel siendo estos dentro de la cartera de clientes uno de los más importantes y grandes en la distribución requieren de altos niveles de calidad de servicio con Quick Express, por lo que exigen el más alto control.

Uno de los problemas que afecta el proceso de distribución involucra al departamento de logística quien en conjunto con sus repartidores y jefe de bodega se encargan de recolectar el producto en las bodegas de Ebel, para posteriormente consolidarlos en las bodegas de Quick Express y colocarlos en cada destino correspondiente.

Esto implica que se lleve a cabo un control en los sistemas de distribución para determinar la carga que se ha sido dada y entregada a cada piloto que cubre las distintas rutas y que sean entregadas a su destino final, lo que conlleva una serie de impedimentos como la ausencia del destinatario en su residencia, no localizar la dirección o que no se encuentre una persona responsable para recibir el pedido. Cuestiones que debieran de ser informadas inmediatamente al cliente para dar la solución y comprobar la efectividad de la entrega.

Por lo tanto se hace necesaria una investigación de tipo comunicacional para determinar las soluciones en sentido de relaciones interpersonales y cooperación entre departamentos para llegar a obtener el máximo en resultados.

### **1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

#### **1.3.1 Objetivo General**

- Establecer la efectividad de la sinergia en la comunicación entre el personal del departamento de logística y los responsables de servicio al cliente para el cumplimiento de las metas establecidas por la empresa Quick Express en el reparto de los productos Ebel.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Determinar cuáles son las condiciones de comunicación que se desarrollan entre Quick Express y Ebel.
- Evaluar cuáles son los procesos de sinergia en la comunicación que actualmente se realizan en el departamento de logística y servicio al cliente de Quick Express.
- Analizar si el departamento de servicio al cliente de Quick Express cumple su función de comunicar e informar al cliente Ebel sobre los obstáculos con que se enfrenta el personal de logística.
- Determinar si la sinergia establece una efectividad en la comunicación en el proceso de distribución de los productos Ebel por Quick Express.

## **1.4 ALCANCES Y LIMITES**

- Con este análisis se pretende evaluar la efectividad que tiene la sinergia en la comunicación quienes en conjunto tienen como fin en este caso, lograr un proceso óptimo de distribución.
- Determinar dentro del proceso actual cuales son las causas de comunicación que afectan el proceso de distribución.

### **1.4.1 Limitación Geográfica**

- Bodegas centrales de Quick Express en el Departamento de Guatemala.
- Servicio al cliente de Ebel en sus oficinas centrales en Edif. Europlaza zona 14.

### **1.4.2 Limitación Temporal**

- La investigación se realizará durante el periodo del 05 de febrero al 15 de abril. Al final se evaluarán y definirán los procedimientos que se ejecutarán y aplicarán con los clientes.

## **CAPITULO II**

### **ORGANIZACIÓN INSTITUCIONAL DE LA EMPRESA QUICK EXPRESS**

## **CAPITULO II**

### **2. ORGANIZACIÓN INSTITUCIONAL DE LA EMPRESA QUICK EXPRESS**

#### **2.1 Antecedentes de la empresa**

- Desde hace varios años la intención de formar la empresa era la de incursionar en el mercado de mensajería nacional. Por lo cual en el año 2005, buscan integrar todas las variables para comenzar operaciones.
- Quick Express nace con personas con experiencia en el mercado de traslados, enfocados en el servicio. Con el único fin de cumplir con su misión y visión.
- Quick Express posee una estructura de operación de distribución, la cual cubre necesidades de reparto de mercadería en Guatemala.
- La empresa es creada con un enfoque comercial. La estrategia básica es hacer de Quick Express una empresa comercializadora de productos de mensajería local con una identidad propia.

#### **2.2 Misión de la empresa**

- Quick Express es una empresa enfocada a producir valor a los accionistas, empleados, clientes, proveedores y sociedad. Con la mejor calidad, al menor costo, con el fin de proporcionar siempre el mejor precio.

#### **2.3 Énfasis comercial**

- Enfocados a suplir la necesidad de:
  1. Cobertura
  2. Confianza

3. Bajo costo
4. Eficiencia
5. Información

#### **2.4 Infraestructura de la empresa**

- Flotilla de vehículos: camiones, paneles, motocicletas
- Unidad comercial ubicada en Villa Nueva
- Servicio al cliente utilizado para quejas e información
- Sistema de control de envíos

Quick Express inició sus servicios en enero del año 2006, estructurado por los siguientes departamentos y los cuales cumplían sus diferentes funciones dentro de la empresa:

- Gerencia General: dirigida por el Ingeniero Marvin Reyes, fue quien se encargó desde el inicio de la empresa en colocar a cada uno de los que ahora representan cada departamento. Su función es velar porque la empresa brinde el servicio ofrecido, cumplir con el objetivo de la empresa y luchar por mantener y lograr su visión. Como nos comenta en la entrevista realizada en sus oficinas.
- Gerencia Administrativa: se encarga de controlar todos los ingresos y egresos monetarios de la empresa, cuentas bancarias, planilla de empleados, cobros a clientes.

- Gerente de Logística: establece políticas y procedimientos dentro de su departamento, crea la estructura de rutas que deberá realizar cada piloto ya sea para recolectar o entregar carga. Se encarga de que los pilotos recorran en un tiempo necesario su ruta establecida con el fin de minimizar costos a la empresa así como de evaluar el rendimiento de la flota de vehículos que son utilizados y crear planes emergentes.
  
- Jefe de Bodega: es el responsable de controlar toda la carga que es recolectada por los pilotos y que sea asignada al área de su destino. Debe de reportar si la carga ha sufrido algún percance durante su traslado y se responsabiliza de ello.
  
- Pilotos repartidores: son los responsables de recolectar con cada cliente la carga que deberá ser entregada al destino final, tiene el compromiso de que todo lo que le fue entregado por parte del cliente llegue hasta las bodegas de Quick Express sin ningún inconveniente, de lo contrario este deberá reportarlo inmediatamente al departamento de servicio al cliente. La empresa cuenta con pilotos locales y departamentales los cuales tienen las mismas funciones, recolectar y entregar.
  
- Servicio al Cliente: es donde son recibidas las llamadas de todos los clientes que tiene como función resolver los problemas del cliente, resolver cualquier duda, indicar si su paquete ya fue entregado o no. Este trabaja en conjunto con el departamento de logística.

- Departamento de Ventas: se encarga de establecer el nexo de comunicación entre el cliente y la empresa, es decir brindar un servicio personalizado. Así como de dedicarse a captar mas clientes para ampliar la cartera.

## 2.5 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA QUICK EXPRESS



### **CAPITULO III**

### **SINERGIA EN EL PROCESO DE COMUNICACIÓN**

## **CAPITULO III**

### **3. SINERGIA EN EL PROCESO DE COMUNICACIÓN**

#### **3.1 SINERGIA: SUS ANTECEDENTES**

Teniendo como principal objetivo el logro de metas, este proceso se ha complementado de manera que la sinergia ha sido de utilidad para desarrollar estrategias con el fin de mejorar el funcionamiento de los diferentes procesos en el actuar social como por ejemplo: La declaración de los derechos de las personas con discapacidad de la ONU

"Queremos unir a todas las personas con discapacidades para que trabajen juntas y vayan hacia delante. Eso, en realidad, es independencia. Nuestra filosofía es disfrutar de igualdad en la vida, tener igualdad de oportunidades y participación plena, como los demás, en todos los ámbitos de la vida. Creemos que debemos elegir por nosotros mismos. Y esperamos no tener que seguir siendo participantes pasivos o meros receptores de servicios. Deberíamos ser los organizadores activos."<sup>1</sup>

A lo largo del primer medio siglo de existencia de las Naciones Unidas, las personas con discapacidades han pasado de la aceptación pasiva de todo aquello que se les facilitaba a la afirmación activa de su fuerza y de su confianza en las propias capacidades para llevar una vida autosuficiente e independiente.

---

<sup>1</sup> Karen Ngai, Rehabilitation Alliance, Hong Kong

En esta declaración la sinergia toma un auge ya que como principales acciones se dieron en el marco de que las personas con discapacidad auditiva, visual, de movimiento, congénita se propusieron a establecer un proceso de fortalecimiento de cada una de las fuerzas que cada grupo contaba y con resultado es la unión de cada esfuerzo y se logra en tiempo record dado que la declaración tomara su auge y por lo tanto su validez.

En el mundo hay más de 500 millones de personas con discapacidad -lo que equivale a un 10 por ciento de la población mundial. Aproximadamente dos tercios viven en los países en desarrollo. En algunos países en desarrollo casi un 20 por ciento de la población total tiene algún tipo de discapacidad; si se tienen en cuenta las repercusiones que este hecho supone para las familias, un 50 por ciento de la población se ve afectado.

El número de personas discapacitadas continúa aumentando conforme lo hace la población mundial. Algunas de las causas de este aumento son la guerra y otras formas de violencia, la insuficiente atención médica y los desastres naturales y de otros tipos.

Como era de esperar, muchos de los discapacitados son pobres. La inmensa mayoría - puede que un ochenta por ciento- vive en zonas rurales aisladas. Casi todos ellos viven en zonas donde no disponen de los servicios necesarios para ayudarles. Muy a menudo se encuentran con barreras físicas y sociales que empeoran su calidad de vida e impiden su plena participación. Por estos motivos, y en todas partes del mundo, a

menudo se enfrentan a una vida de discriminación y degradación y, sin ayuda, muchos vivirán en el aislamiento y la inseguridad.

"Una discapacidad no es una tragedia, es un inconveniente." --Una mujer discapacitada y presidenta de una organización no gubernamental. Las Naciones Unidas han consagrado sus esfuerzos a defender los derechos humanos básicos de todas las personas, incluidas las que tienen discapacidades. Mediante su trabajo de desarrollo, la ONU ha logrado que la atención se centre en las capacidades de estas personas y no en sus discapacidades, lo que a menudo ha inspirado legislaciones y políticas nacionales al respecto.

"Hay demasiada gente que nos considera un fenómeno extraño. Cuando paseamos por ahí, se nos quedan mirando como si fuéramos un bicho raro. Para mí, ser discapacitado es como estar en la cárcel, pero mi silla (de ruedas) es como una ventana por la que puedo mostrar mi cara al sol."<sup>2</sup>

Las Naciones Unidas se fundamentan en el principio de igualdad para todos. El Preámbulo de la Carta afirma la dignidad y el valor de todos los seres humanos, y concede una importancia primordial a la promoción de la justicia social. Las personas con discapacidad están, de hecho, en posesión de todos los derechos humanos fundamentales expresados en la Carta y en otros instrumentos de derechos humanos.

---

<sup>2</sup> Andre Soewardjo, Cheshire Homes, Indonesia

### 3.2 CONCEPTO DE SINERGIA

La sinergia es la integración de elementos que da como resultado algo más grande que la simple suma de éstos, es decir, cuando dos o más elementos se unen sinérgicamente crean un resultado que aprovecha y maximiza las cualidades de cada uno de los elementos.

Podemos decir que la palabra sinergia proviene del griego y su traducción literal sería la de cooperación; no obstante (según la Real Academia Española) se refiere a la acción de dos (o más) causas cuyo efecto es superior a la suma de los efectos individuales. La encontramos también en biología, cuando se refiere al concurso activo y concertado de varios órganos para realizar una función.

"Puede ser que no seamos tan buenos atletas como ellos, pero peleamos como equipo. Saltar más alto y correr más rápido no es lo que siempre te lleva a ganar. Este es un deporte de equipo, no es tenis." comentó Theodoros Papaloukas, jugador de baloncesto de la selección nacional de Grecia, refiriéndose a la victoria de su equipo frente a la selección de los Estados Unidos en una de las semifinales del mundial de Japón 2006 y explica sencillamente el concepto de sinergia.<sup>3</sup>

La palabra aumenta su importancia gracias a la teoría general de sistemas que fue desarrollada por Ludwig von Bertalanffy. Relacionada con la teoría de sistemas, la forma más sencilla para explicar el término sinergia es examinando un objeto o ente tangible o intangible y si al analizar una de las partes aisladamente ésta no da una explicación relacionada con las características o la conducta de éste entonces se está hablando de un objeto sinérgico. Ligado a este concepto se encuentra otro el de

---

<sup>3</sup> Theodoros Papaloukas, *Diario Clarín*, sábado 2 de septiembre de 2006.

recursividad el cual nos señala que un sistema sinérgico está compuesto a su vez de subsistemas que también son sinérgicos.

Una definición genérica de los sistemas puede enunciarse como un conjunto de componentes que interactúa entre sí para lograr uno o más propósitos. Tales componentes tienen nexos y en sus relaciones, varían sus características, asumiendo cualidades distintas por la influencia de otros componentes o del todo. Cada parte es, en sí misma, un subsistema del todo en la medida que cuente con características sistémicas.

Podemos concretar que la sinergia es entendida, en términos sencillos, como la cualidad del todo superior a la suma de sus componentes.

Se puede concluir que solo existe sinergia cuando el resultado o el objetivo alcanzado por un todo, es mucho mayor siendo alcanzada en conjunto que si se consiguiera de los aportes de cada una de sus partes.

Todo sistema es sinérgico cuando el examen de sus partes en forma aislada no puede explicar o predecir su comportamiento. La sinergia es, en consecuencia, un fenómeno que surge de las interacciones de las partes entre las partes o componentes de un sistema (conglomerado), este concepto responde al postulado aristotélico que dice que "el todo no es igual a la suma de las partes". La totalidad es la conservación del todo en la acción recíproca de las partes componentes.

En términos menos esencialistas, podría señalarse que la sinergia es la propiedad común a todas esas cosas que observamos como sistemas.

Como un todo es un sistema en que sus partes son inseparables entre sí, los investigadores que primero estudiaron los fenómenos desde esta perspectiva se dieron cuenta que hay un fenómeno nuevo que emerge y se observa sólo cuando hay "un todo funcionando", fenómeno que no se aprecia cuando lo observamos parte por parte, y ese fenómeno se llama la sinergia.

El ejemplo clásico es el del reloj: ninguna de sus partes contiene a la hora en el sentido de que ninguna pieza del reloj es capaz de mostrar el factor tiempo: podría pensarse que las piezas pequeñas deberían indicar los segundos; las piezas medianas los minutos y el conjunto, la hora; pero nada de eso ocurre, como bien sabemos. Sin embargo, el conjunto de piezas del reloj una vez interrelacionadas e interactuando entre ellas, sí es capaz de indicarnos la hora o medir el tiempo. Esto es lo que se llama sinergia.

La sinergia no es fácil de ser apreciada, pero tampoco es completamente difícil de captar. En los sistemas mecánicos suele identificarse con facilidad: la sinergia de los automóviles es que transportan gentes y cosas (ninguna de sus partes es capaz de transportar nada), lo mismo los sistemas voladores como los aviones, en que ninguna de sus partes puede volar por sí misma. En cambio, los sistemas humanos no presentan la misma facilidad para mostrar su sinergia. La sinergia de la familia es la vida y la preservación de la especie y de su entorno (social, económico y cultural). La sinergia de una agrupación humana cualquiera es algo en que se manifiesta toda la humanidad de sus integrantes en su más amplio sentido, no aquello que produce en

forma directa. La sinergia de un club puede que sea el placer de encontrarse y disfrutar de la vida, más que la actividad específica que los reúne: deportes, arte, u otra actividad.

En cuanto a los sistemas sociales, estos son siempre sinérgicos. Por ejemplo, el sistema social de una comuna —en cuanto a lo que es y produce como un socio espacio en que se desarrolla un conjunto de seres humanos-- no puede ser explicado ni analizado tomando cada una de sus partes por separado, como el sistema vial, el de salud, el de educación, etc. Lo mismo sucede si tomamos a una escuela como sistema social, ninguna de sus partes por separado puede producir en pequeño lo que es su producto final: miembros de la sociedad en condiciones de desempeñarse plenamente como tales.

Eso sí, la sinergia surge cuando los elementos que componen el sistema están bien integrados entre sí. A eso lo llamaremos sinergia positiva. Una organización con líderes autoritarios, despóticos, auto referentes y con miembros apáticos, sólo produce sinergia negativa porque tiende a la desintegración de sus miembros y a no aportarle a la sociedad aquello que esta en sus fines, como deportes, mejoramiento de sus miembros, etc.

### **3.3 REQUISITOS DE LA SINERGIA**

La sinergia, por lo tanto, tiene como pre requisito la integración y ésta debe ser antecedida por la afinidad de las partes, pues la integración sólo es posible si existe afinidad. En consecuencia, el desarrollo de una sociedad puede ser medido en función

de la sinergia existente. Las sociedades en crecimiento son altamente sinérgicas, pues si existe afinidad entre sus partes. El ingrediente fundamental de la sinergia es por lo tanto la afinidad y su contrapartida, el odio. Sinergia y entropía son por lo tanto opuestos, el primero unión de energía, el segundo: destrucción y disipación de energía. Vale definir en este punto la entropía como el grado de aleatoriedad de un sistema, lo cual determina su orden o estructura anárquica.

### **3.4 SINERGIA Y TRABAJO EN EQUIPO**

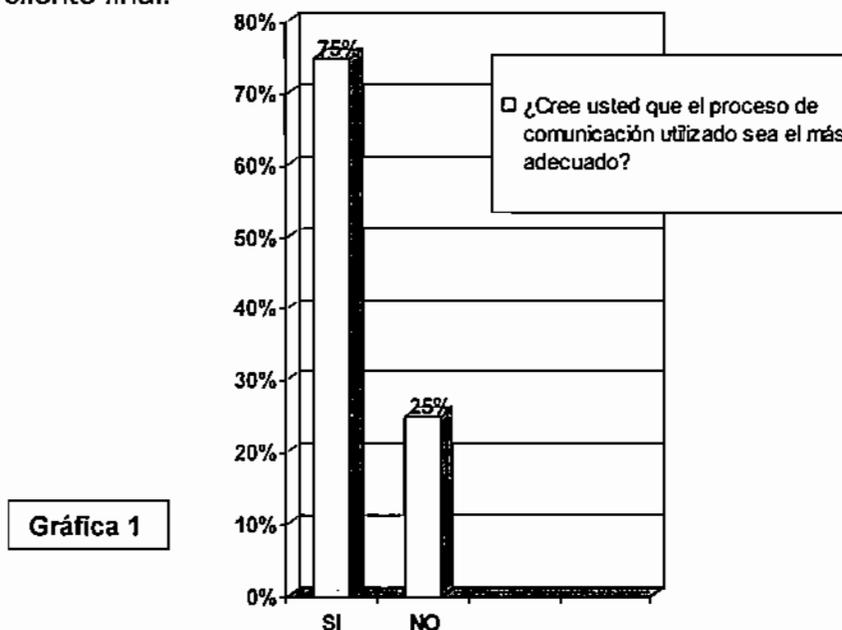
El concepto de sinergia es sumamente interesante desde el punto de vista del trabajo en equipo; exige aporte individual, estar informado y respeto mutuo; no se puede imponer por orden de una autoridad ni puede ser producto de la indiferencia. El hecho de transigir destruye la posibilidad de que surja la sinergia. La cordialidad y el mutuo apoyo son paliativos que impiden que surja. Sólo cuando el interés en los resultados grupales se integra con la confianza y el apoyo mutuos de los miembros del equipo, es probable que surja la sinergia.

La sinergia es la visión que está al alcance de todo equipo en toda organización. Puede transformarse en la norma alcanzable a que aspire el equipo. Como todos sabemos bastante sobre lo que no se debe hacer, Qué curso puede resultar productivo...? Que pueden hacer los líderes y los miembros del equipo para estimular y para sostener la productividad, la creatividad y la innovación...? Cómo puede cada individuo ser a la vez fuente y producto de la sinergia..?

La respuesta está en el equipo. Cada miembro, incluso el líder tiene que asumir la responsabilidad de crear una visión, es decir, adoptar la visión como suya y compartir la responsabilidad de alcanzarla.

En este sentido se toman aspectos que resaltan en la obtención de resultados por tal motivo se presenta este proceso como algo indiscutible para alcanzar las metas u objetivos que una empresa comercial necesita debido a que se involucran todos y cada uno de los elementos que la conforman para desarrollar en el caso comercial el servicio efectivo al cliente y la satisfacción del mismo convirtiéndose esto en beneficios económicos.

Por tal, el proceso es indiscutible llevarlo a cabo, en Quick Express este proceso presenta una deficiencia en el área de comunicación ya que según el dato arrojado (Gráfica 1) nos muestra que el 75% de los procedimientos que se ejecutan con relación a la empresa EBEL muestran una coordinación deficiente por el aislamiento y con esto solo un esfuerzo individual y no colectivo y como consecuencia el deterioro en la relación con el cliente final.



### **3.5 COMUNICACIÓN Y SUS APLICACIONES EN EL PROCESO DE DISTRIBUCION**

En sus términos más simples, la comunicación es el proceso de transmitir y recibir ideas, información y mensajes entre individuos. La sociedad humana se funda en la capacidad del ser humano para transmitir intenciones, deseos, sentimientos, conocimiento y experiencia de persona a persona. En su sentido más amplio, la comunicación tiene como interés central a aquellas situaciones de comportamiento en las cuales una fuente transmite un mensaje a un captador del mismo con un intento consciente de afectar el comportamiento del último.

La comunicación se refiere al proceso especial que hace posible la interacción entre la especie humana y permite a los hombres ser sociables. La comunicación de las Relaciones Públicas es un proceso que comprende un intercambio de hechos, puntos de vista e ideas entre una organización de negocios o sin propósito de lucro y sus públicos, a efecto de llegar a un entendimiento mutuo. Existen tres puntos importantes que deben considerarse: primero, la comunicación debe abarcar a dos o más personas; segundo, es un intercambio de información de ida y vuelta; y tercero, implica entendimiento.

Se pueden señalar tres tipos de comunicación:

- Comunicación Interpersonal – aquella en la que se interactúa con otros individuos, es decir, se establece un diálogo con ellas. Es la forma de comunicación más primaria, directa y personal.
- Comunicación Masiva – toda aquella que se realiza a través de los medios de difusión de información, como el radio, televisión, periódicos, revistas e internet.
- Comunicación Organizacional – esta comprende la interna y la externa.

### a) Comunicación Interna

Se refiere al intercambio entre la gerencia de la organización y los públicos internos, es decir, empleados. Su función es hacer del conocimiento de los empleados lo que piensa la gerencia y que la gerencia también sepa el pensamiento de los empleados. La comunicación interna presenta difíciles problemas en una compañía grande, ya que debe ser transmitida por conducto de varios niveles de autoridad. En la transmisión, el significado del mensaje con frecuencia es mal entendido. En ocasiones los supervisores y trabajadores no interpretan la comunicación en el sentido de la intención de la gerencia, o ésta no está dispuesta a explicar políticas y acciones.

Dentro de este tipo de comunicación, existe la comunicación formal vertical que sigue la cadena organizacional de mandar hacia abajo desde la mayor autoridad por medio de varios niveles gerenciales hacia los trabajadores, misma que consiste de directrices formales, boletines, periódicos a empleados y mensajes verbales; y hacia arriba partiendo de los empleados por conducto de los varios niveles de autoridad hasta la alta gerencia. Así como la comunicación formal horizontal que se refiere a la comunicación entre ejecutivos, supervisores y jefes de grupo de un mismo nivel y autoridad, se lleva a cabo por medio de conferencias, juntas informativas y discusiones.

### b) Comunicación Externa

Esta tiene que ver con los públicos externos, es decir, consumidores, representantes o distribuidores, proveedores, agencias gubernamentales y legisladores, etc. Esta comunicación involucra tres elementos: el transmisor, el medio de comunicación y el receptor. La efectividad de la comunicación depende de estos tres. Si el transmisor es

incompetente o el mensaje poco claro, el receptor no entiende el significado de la señal y ha fracasado el proceso de la comunicación.

La comunicación puede ser verbal, que consiste de palabras habladas y escritas, o no verbal, expresada por medio de acciones, gestos, expresiones faciales, música y figuras.

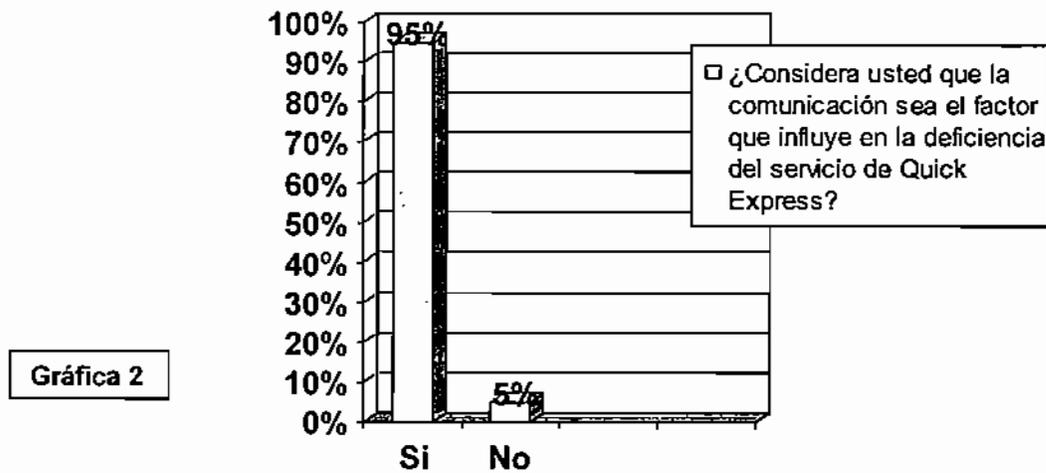
La comunicación es fundamental en la existencia de la comunidad moderna. Es así como las Relaciones Públicas constituyen una actividad por medio de la cual, las empresas, las organizaciones y los individuos, en igual forma los organismos gubernamentales buscan la comprensión y la colaboración de la comunidad a la que pertenecen.

El objetivo de las Relaciones Públicas es estimular a las personas o influir en ellas por medio de las comunicaciones, creando actitudes favorables de los diversos públicos hacia la organización, la respeten, la apoyen y le presten ayuda en los momentos de confusión. En otras palabras son actividades de una Industria, Asociación, Corporación, Profesión, Gobierno u otra organización, para promover y sostener sanas y productivas relaciones con personas tales como consumidores, empleados o comerciantes y con el público en general, para así adaptarse al medio ambiente en beneficio de la sociedad. Las actitudes favorables de estos públicos son indispensables para que la empresa subsista y además se desarrolle.

### 3.5.1 La Comunicación en Quick Express

La comunicación como elemento esencial en el proceso de producción y distribución de cualquier bien tangible es necesaria y la empresa Quick Express no es la excepción ya que de eso depende la satisfacción de las necesidades del cliente.

En este rubro según los datos arrojados por la encuesta realizada se determina que el 95% (Gráfica 2) esta en desacuerdo con el procedimiento de comunicación en esta empresa ya que no satisface las necesidades que involucran a los pilotos así como las personas que laboran en servicio al cliente y el cliente final.



Es necesario por lo tanto conocer los principios por los cuales la comunicación es efectiva y ponerlos en práctica.

Distribución se entiende como: la parte de la administración que se encarga de movilizar la cantidad de recursos necesarios (tanto para producción como para venta)

de insumos productivos o bienes (tangibles o intangibles) con el fin de cubrir las necesidades de logística de las empresas en los tiempos y lugares precisos.<sup>4</sup>

Siendo entonces Quick Express la empresa responsable que se encarga de la distribución de su cliente EBEL, según datos de la investigación se encontraron las siguientes deficiencias en el proceso:

- Control deficiente en manejo de paquetes.
- Mala asignación de los paquetes de acuerdo a su dirección de destino.
- El piloto no cuenta con las herramientas de trabajo necesarias para localizar a los clientes finales.

### **3.6 ELEMENTOS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN Y SINERGIA EN QUICK EXPRESS**

Los elementos o factores de la comunicación humana son: fuente, emisor o codificador, código (reglas del signo, símbolo), mensaje primario (bajo un código), receptor o decodificador, canal, ruido (barreras o interferencias) y la retroalimentación o realimentación (feed-back, mensaje de retorno o mensaje secundario).

Fuente: Es el lugar de donde emana la información, los datos, el contenido que se enviará, en conclusión: de donde nace el mensaje primario. En esta investigación la

---

<sup>4</sup> Alejandro Jáuregui, <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/27/distifisica.htm>

fuente de información proviene del piloto quienes son los que reportan sobre los inconvenientes de entrega.

Emisor o codificador: Es el punto (persona, organización...) que elige y selecciona los signos adecuados para transmitir su mensaje; es decir, los codifica para poder llevarlo de manera entendible al receptor. En el emisor se inicia el proceso comunicativo. En el caso de Quick Express el emisor es Servicio al cliente ya que es de donde se origina la información.

Código: Es el conjunto de reglas propias de cada sistema de signos y símbolos que el emisor utilizará para transmitir su mensaje, para combinarlos de manera arbitraria porque tiene que estar de una manera adecuada para que el receptor pueda captarlo. Referente a esta investigación podemos encontrar varios códigos que van a identificar, como en el caso de las consejeras afiliadas a Ebel, quienes están asignadas por medio de un número, así como sus órdenes de despacho que sirven de control de la cantidad de pedidos que son entregados a Quick Express y los territorios que fueron asignados para la repartición. (Véase ejemplo cuadro 1)

NOMBRE	CODIGO CONSEJERA	TERRITORIO	DESPACHO
MORALES/SAZO/LEONARDA	0035495	0110	07120504
SALAZAR/SANCHEZ/EVELIN RAQUEL	0017470	0113	07120539
GIRON/CHINCHILLA/VILMA DARIA	0029196	0214	07118957
GONZALEZ/MELGAR/GRISELDA	0038233	0120	07121392
MIX/DEL CID/ENMA JOSEFINA	0039799	0120	07121393
ALVIZURES/HERRERA/MARIA RAQUEL	0044113	0120	07121394
GRAMAJOA/GONZALEZ/CLARA LESVIA	0044571	0120	07121395
ALVIZUREZ/HERRERA/CLARA ETELVINA	0044572	0120	07121396
CRUZ/LOY/ALEIDA YESSENIA	0044580	0120	07121397
HERNANDEZ/LEMUS/SONIA ETELBINA	0018280	0120	07121460
ARDON/JAKELIN/EDDANIA	0004112	0124	07121635
AUDON/APARICIO/ISIS JACKELINE	0004126	0124	07121636

GUILLESPIE/GALINDO/PATRICIA	0004684	0124	07121637
CABRERA/HENRIQUEZ/ELIZABETH	0004719	0124	07121638
MONROY/LIGIA/REGINA	0007133	0124	07121639
ALEGRIA/JACAMO/GLORIA MARINA	0007142	0124	07121640
RODRIGUEZ/OLGA/MARINA	0009862	0124	07121641
JACINTO/GARZA/DE PORRAS AMPARO	0018577	0124	07121642
CASTELLANOS/ESMENJAUD/ANA OFELIA	0020185	0124	07121643
GUERRA/DORA/DE JESUS	0020589	0124	07121644
BOLAÑOS/MONZON/EVELYN JOHANA	0025720	0124	07121645
BANCES/MONROY/CYNTIA MARIANA	0026815	0124	07121646
PACHECO/JIMENEZ/DENIS FERNANDO	0027757	0124	07121647
FLORES/DE FLORES/LORENA MARISOL	0029026	0124	07121648
ESPAÑA/SOLARES/EVELYN SELENE	0029713	0124	07121649

**Cuadro 1**

Codificación: son los signos adecuados para transmitir su mensaje; es decir, los codifica para poder llevarlo de manera entendible al receptor.

En Quick Express los códigos son establecidos por el emisor con la dificultad que estos no son del todo decodificados por su receptor

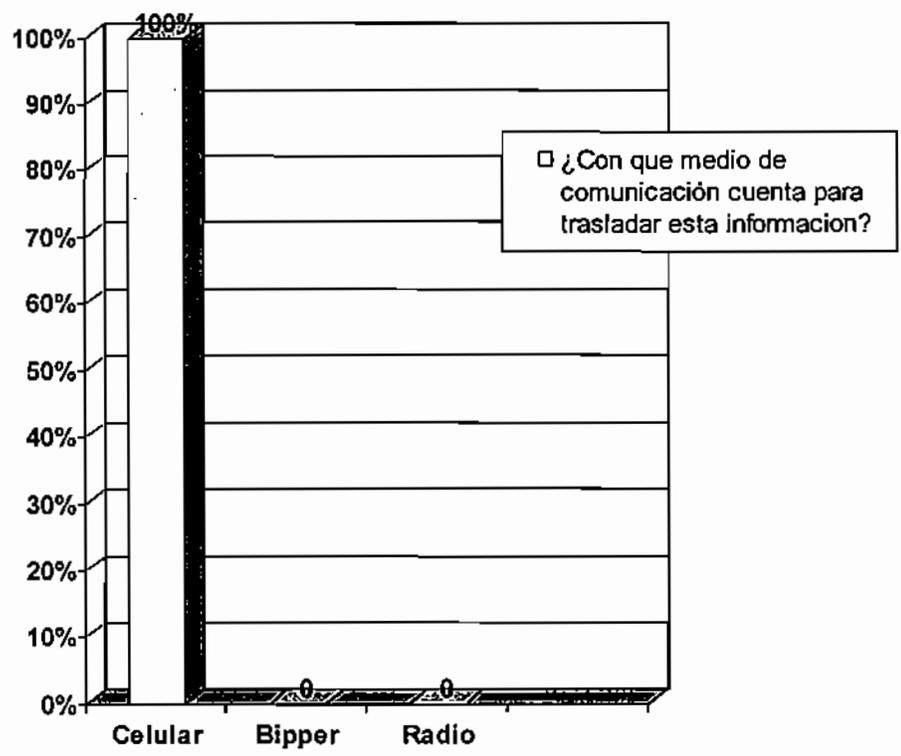
Receptor o decodificador: Es el punto (persona, organización...) al que se destina el mensaje, realiza un proceso inverso al del emisor ya que en él está el descifrar e interpretar lo que el emisor quiere dar a conocer. Existen dos tipos de receptor, el pasivo que es el que sólo recibe el mensaje, y el receptor activo o receptor ya que es la persona que no sólo recibe el mensaje sino que lo percibe y lo almacena. El mensaje es recibido tal como el emisor quiso decir, en este tipo de receptor se realiza lo que comúnmente denominamos el feed-back o retroalimentación.

En este caso en Quick Express el receptor lo representa el piloto quien se ocupa de actuar ante el mensaje enviado.

Mensaje: Es el contenido de la información (contenido enviado): el conjunto de ideas, sentimientos, acontecimientos expresados por el emisor y que desea transmitir al receptor para que sean captados de la manera que desea el emisor. El mensaje es la información. En el caso de Quick Express el mensaje es toda información emanada por parte del departamento de servicio al cliente hacia el área de logística para la repartición de pedidos.

Canal: Es el medio a través del cual se transmite la información-comunicación, estableciendo una conexión entre el emisor y el receptor. Mejor conocido como el soporte material o espacial por el que circula el mensaje. Ejemplos: el aire, en el caso de la voz; el hilo telefónico, en el caso de una conversación telefónica. El canal que es utilizado para la transmisión de información o mensajes por Quick Express hacia los repartidores es únicamente por medio del teléfono celular. (Gráfica 3)

Gráfica 3



Referente: Realidad que es percibida gracias al mensaje. Comprende todo aquello que es descrito por el mensaje. El referente en este sentido lo da el ambiente comercial que se desarrolla en el acto de servicio hacia el cliente final con el fin de obtención de ganancias económicas.

Interferencia o barrera: Cualquier perturbación que sufre la señal en el proceso comunicativo, se puede dar en cualquiera de sus elementos. Son las distorsiones del sonido en la conversación, o la distorsión de la imagen de la televisión, la alteración de la escritura en un viaje, la afonía del hablante, la sordera del oyente, la ortografía defectuosa, la distracción del receptor, el alumno que no atiende aunque esté en silencio. También suele llamarse ruido.

En la distribución de los productos el ruido que se encuentra es mecánico ya que la telefonía celular se topa con uno de los inconvenientes de la interferencia de la señal.

Retroalimentación o realimentación (mensaje de retorno): Es la condición necesaria para la interactividad del proceso comunicativo, siempre y cuando se reciba una respuesta (actitud, conducta...) sea deseada o no. Logrando la interacción entre el emisor y el receptor. Puede ser positiva (cuando fomenta la comunicación) o negativa (cuando se busca cambiar el tema o terminar la comunicación). Si no hay realimentación, entonces solo hay información más no comunicación.

Este proceso se desarrolla en el momento en que el piloto, quien idealmente es quien informa a la fuente es decir al departamento de servicio al cliente si se tuvo éxito o no en la entrega de los paquetes.

## CAPITULO IV

### COMUNICACIÓN ACTUAL EN EL PROCESO DE DISTRIBUCION EN QUICK EXPRESS

## **CAPITULO IV**

### **4. COMUNICACIÓN ACTUAL EN EL PROCESO DE DISTRIBUCION EN QUICK EXPRESS**

#### **4.1 COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EN QUICK EXPRESS**

La comunicación interpersonal constituye uno de los pilares fundamentales de la existencia humana; es una dimensión a través de la que reafirmamos nuestra condición de seres humanos. La persona capaz de mantener una comunicación interpersonal adecuada, contribuye al bienestar y calidad de vida de sí misma y de las demás.<sup>5</sup>

Nuestra condición de ser social, nos hace sujetos de las relaciones interpersonales y de la comunicación desde el momento mismo de nuestro nacimiento, la supervivencia y el desarrollo del individuo van a estar ineludiblemente vinculados a estas relaciones sociales y comunicativas.

Un individuo competente en el desempeño de sus relaciones interpersonales, es aquel que cuenta con recursos que le permiten utilizar y manejar de manera acertada y efectiva sus habilidades comunicativas, en los diferentes contextos sociales en los que se desenvuelve.

Gran parte de nuestro tiempo lo comprometemos en la comunicación interpersonal, la mayoría de nuestras necesidades la satisfacemos a través de nuestras relaciones con

---

<sup>5</sup> Zaldivar D. Relaciones interpersonales en Psicología. La Habana: Editorial Enpes; 2003.

otras personas; estas interacciones, su calidad y el grado en que permiten dicha satisfacción, dependen mayormente de nuestra capacidad y habilidad para comunicarnos de manera efectiva.

La comunicación interpersonal puede ser considerada como el proceso de intercambios de mensajes entre dos o más personas, con la finalidad de alcanzar determinados objetivos. Esta comunicación tiene un carácter interactivo e intencional y cumple tres funciones básicas que se encontraron en Quick Express:

- ✓ La informativa comunicativa: Tiene que ver con la transmisión y recepción de la información. A través de ella se proporciona al individuo todo el caudal de la experiencia social e histórica, así como proporciona la formación de hábitos, habilidades y convicciones. En esta función el emisor influye en el estado mental interno del receptor aportando nueva información, está relacionada con el departamento de servicio al cliente.
- ✓ La reguladora comunicativa: Tiene que ver con la regulación de la conducta de las personas con respecto a sus semejantes. De la capacidad autorregular y del individuo depende el éxito o fracaso del acto comunicativo. Ejemplo: una crítica permite conocer la valoración que los demás tienen de nosotros mismos, pero es necesario asimilarse, proceder en dependencia de ella y cambiar la actitud en lo sucedido, en este caso lo establece el departamento de ventas.
- ✓ La afectiva comunicativa: El emisor debe otorgarle a su mensaje la carga afectiva que el mismo demande, no todos los mensajes requieren de la misma emotividad, por ello es de suma importancia para la estabilidad emocional de los sujetos y su realización personal. Gracias a esta función, los individuos pueden

establecerse una imagen de sí mismo y de los demás, esta la ejecuta el departamento de logística.

Cuando en cualquier relación interpersonal la comunicación fluye adecuadamente, esta se convierte en una vía que potencia el desarrollo y el bienestar emocional y social de los implicados; se crea un clima de distensión y de cooperación.

Todo lo contrario ocurre cuando surgen interferencias o “ruidos” en la comunicación: se crean malentendidos y conflictos que dan lugar a sentimientos de amenaza, frustraciones y estados emocionales displacenteros, y un clima de tensiones y defensas entre los interlocutores. Las interferencias o ruidos en la comunicación dificultan la adecuada satisfacción de necesidades, en particular las afectivas; provocando disgusto y malestar en los individuos; y dificultando, en cualquier grupo, el trabajo en colectivo para el logro de una meta común en resultado de la investigación esta demostrado en el proceso de comunicación.

Una comunicación interpersonal efectiva en el manejo de los conflictos implica el diálogo constructivo, que se apoya en tres actitudes básicas para favorecer la comunicación y la expresión de percepciones y actuaciones positivas en la relación con los otros: la empatía, la aceptación y la congruencia.

- ✓ La **empatía** implica la capacidad de ver un asunto desde la perspectiva del otro, la capacidad de ponerse en su lugar, de meterse en la piel de la otra persona.

- ✓ **La aceptación** implica la tolerancia a las diferencias ajenas, el aceptar que otras personas son diferentes y la capacidad para aceptar esto sin que nos sintamos amenazados.
- ✓ **La congruencia** es sinónimo de autenticidad en el sentido de que se actúe sin dobleces, sin disociación entre nuestro pensar, sentir y actuar.

Por otra parte, una comunicación interpersonal efectiva requiere de mensajes claros, coherentes, directos y precisos. Cuando estos requisitos no se cumplen, los mensajes resultan obstructores de la comunicación como se da en Quick Express y son:

- ✓ Reproches, cuando se incide en los mismos errores.
- ✓ Generalización sobre la manera de ser: todo lo haces mal
- ✓ Declaración del tipo, eres malo o incapaz, concepto de la empresa por el cliente
- ✓ Sarcasmo, el cliente reprocha de los errores ocurridos.
- ✓ Amenazas, sucede cuando el cliente advierte de irse con la competencia.

Por el contrario, cuando los mensajes cumplen estos requisitos, resultan facilitadores de la comunicación:

- ✓ Declaración de deseos
- ✓ Declaración de sentimientos
- ✓ Declaración de agrado y desagrado
- ✓ Acuerdo parcial con una crítica o un argumento
- ✓ Impresiones de sentimientos

Podemos mejorar nuestra eficiencia para comunicarnos, si nos esforzamos por aumentar el conocimiento sobre nosotros mismos, si revisamos los prejuicios y

esquemas evaluativos que podamos tener en relación con los demás y si controlamos las expectativas o visiones apresuradas y los sentidos que asignamos a determinadas situaciones.

La comunicación interpersonal será efectiva, si somos oportunos, específicos y descriptivos en nuestros señalamientos y si además nos comprometemos y colaboramos en la búsqueda de soluciones; si escuchamos de manera activa, atenta y paciente y somos capaces de solicitar aclaración cuando no entendamos algo; si pensamos en términos de las necesidades del otro.

Una comunicación libre de barreras, incrementa la comprensión y la colaboración entre las personas y aumenta el bienestar emocional de los grupos e individuos.<sup>6</sup>

#### **4.1.1 COMUNICACIÓN CON EL DEPARTAMENTO DE LOGISTICA**

Siendo este uno de los departamentos responsables de cumplir con el ofrecimiento de venta, debe de llevar a cabo los siguientes pasos para su ejecución:

1. Recolectar la carga en las bodegas del cliente.
2. El piloto debe de firmar de recibido la copia de la guía que identifica al paquete, haciéndose responsable de ello.
3. controlar que los paquetes sean manipulados de manera correcta, con el fin de evitar que el interior del paquete sea dañado.

---

<sup>6</sup> Zaldívar D. Relaciones interpersonales en Psicología. La Habana: Editorial Enpes; 2003.

En caso de que un paquete es dañado, el valor del mismo es descontado a la persona responsable, incluyéndose desde el Gerente de Logística, el Jefe de Bodega, Supervisores y los pilotos. Esto con el fin de que se de continuamente.

4. Al momento de haber sido ingresado a la bodega cada paquete es ubicado en su lugar de destino.
5. El egreso de la carga es controlado por medio de un manifiesto, que consiste en el detalle de toda la carga que es entregada a un solo repartidor, el cual el supervisor de bodega entregará al piloto que cubre cada sector haciéndolo responsable.
6. Durante el proceso de entrega el piloto se encuentra con los siguientes inconvenientes:

No se encuentra nadie en el domicilio.

La dirección es incorrecta.

En caso de que la dirección sea incorrecta o no exista, esta es enviada de vuelta al cliente y es cobrado el envío.

No se encuentra la persona.

El piloto debe de realizar tres intentos de entrega por lo que si ya se ha realizado un primer intento y no se encuentra nadie en el domicilio lo realizara de nuevo al siguiente día o bien de acuerdo a la cobertura, y así sucesivamente.

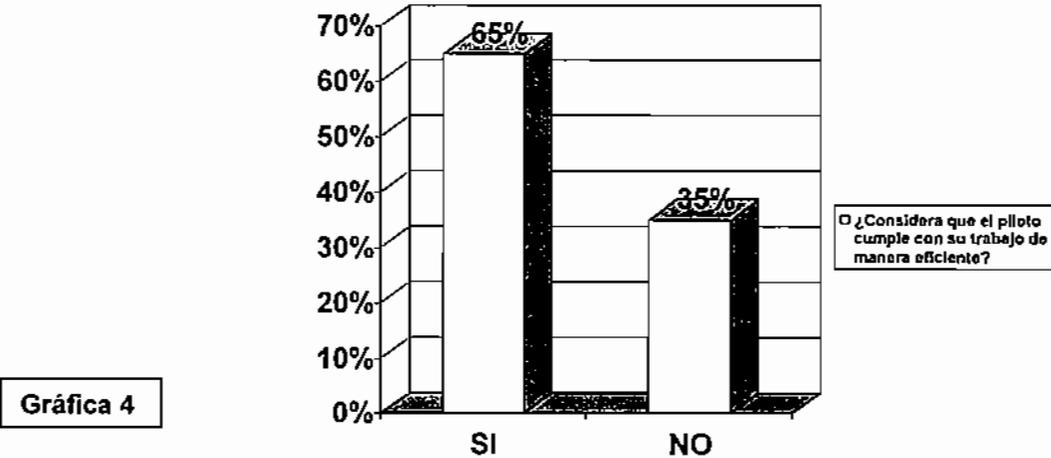
No se encuentra alguien responsable de recibir el paquete.

7. Al momento de llevar a su destino final el paquete, el destinatario firmara de conformidad una de las copias de las guías y colocara su nombre completo, numero de cedula, para dar validez a la entrega.
8. Toda guía es devuelta a la bodega, donde es archivada y sirve de soporte para comprobar la entrega en caso de algún reclamo por parte del cliente.

Habiéndose realizado cada uno de estos pasos de manera adecuada es cuando se ha realizado satisfactoriamente la labor de entrega.

Es importante mencionar que durante el desarrollo de este proceso, según muestra la encuesta realizada que un 65% de los pilotos no cumple con todos estos procedimientos lo que provoca insatisfacción en la calidad del servicio de entrega.

(Gráfica 4)



**4.1.2 COMUNICACIÓN CON EL DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL CLIENTE**

La coordinación de este departamento está a cargo de un ejecutivo de servicio al cliente quien se dedica específicamente de atender y darle soporte al cliente Ebel, esto con el fin de brindar un servicio más personalizado.

Para llevar a cabo esta coordinación se realizan varios procesos:

1. Ebel se encarga de enviar por medio de un correo electrónico y en un reporte el detalle de todos los envíos que serán entregados al piloto en sus bodegas.
2. Servicio al cliente al momento de haber recibido esta información lo comunica inmediatamente al departamento de logística que coordinan la recolección.
3. Servicio al cliente utilizará este reporte como base para el control de rastreo y monitoreo de cada paquete.
4. Cuando el paquete se encuentra en ruta Servicio al Cliente llamará en dos horas programadas durante el día a los pilotos para que estos informen de cualquier eventualidad.
5. El piloto se comunica vía telefónica con Servicio al cliente para reportar si no ha encontrado alguna dirección, apoyo en la ubicación del lugar o si no se encuentra la persona.
6. Servicio al cliente se comunica con Ebel para notificar sobre la eventualidad y solicita respuesta pronta y efectiva para coordinarlo con el piloto.
7. Servicio al cliente indica al piloto lo que debe de hacer logrando que se haya hecho la entrega o no.

Es por ello que en gran parte el logro del objetivo debe de ser en común ya que tanto el departamento de servicio al cliente quien tiene la facultad y responsabilidad de informar al piloto sobre lo que debe de hacer respecto a la entrega y a su vez el piloto apoyarse y comunicarse cuando se tenga dificultad. Es acá donde se va desarrollando el proceso de sinergia en la comunicación en la distribución de los productos Ebel por Quick Express.

## **4.2 COMUNICACIÓN INTERINSTITUCIONAL EN QUICK EXPRESS**

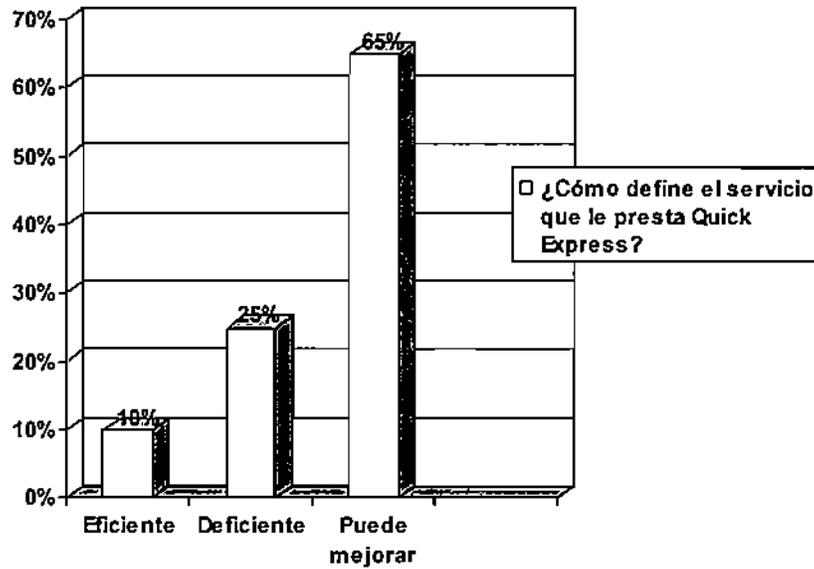
Resultado de todo este proceso en común es la relación que manejan los encargados responsables de esta distribución tanto de Quick Express como de Ebel, y para esto se llevan a cabo reuniones mensuales con todas las áreas involucradas para medir los resultados y obtener el porcentaje de efectividad que ha logrado alcanzar Quick Express, así como de los problemas que se presentaron durante el proceso, apoyo que necesita Quick Express por parte de Ebel, etc.

Como se ha mencionado anteriormente Servicio al cliente es quien se encarga de llevar diariamente un reporte de todos los pedidos proporcionados por Ebel y en él se describe desde el nombre de la consejera, dirección, teléfono, código, número de despacho, la fecha en que es entregado el pedido, la fecha en que debe ser recibido, el tiempo límite de entrega y las observaciones correspondientes, en donde se especificara cualquier eventualidad.

Estas reuniones sirven únicamente para establecer una mejor y directa relación con el cliente, aportar críticas constructivas para el mejoramiento del servicio, hacer énfasis en las debilidades durante el proceso de entrega por parte de Quick Express así como de las debilidades de Ebel al momento de ser entregada la carga como en cuanto a la retroalimentación en el caso de que Servicio al cliente solicite ayuda.

Como respuesta a estas exigencias por ambas partes podemos determinar a través de la encuesta realizada que:

A) Ebel define el servicio de Quick Express en un 65% como "Puede mejorar" lo cual indica debilidad en el servicio que se esta prestando. (Gráfica 5)



Gráfica 5

**CAPITULO V**

**CAUSAS COMUNICACIONALES QUE AFECTAN EL DESEMPEÑO DE LA DISTRIBUCION  
DE QUICK EXPRESS**

## **CAPITULO V**

### **5. CAUSAS COMUNICACIONALES QUE AFECTAN EL DESEMPEÑO DE LA DISTRIBUCION DE QUICK EXPRESS**

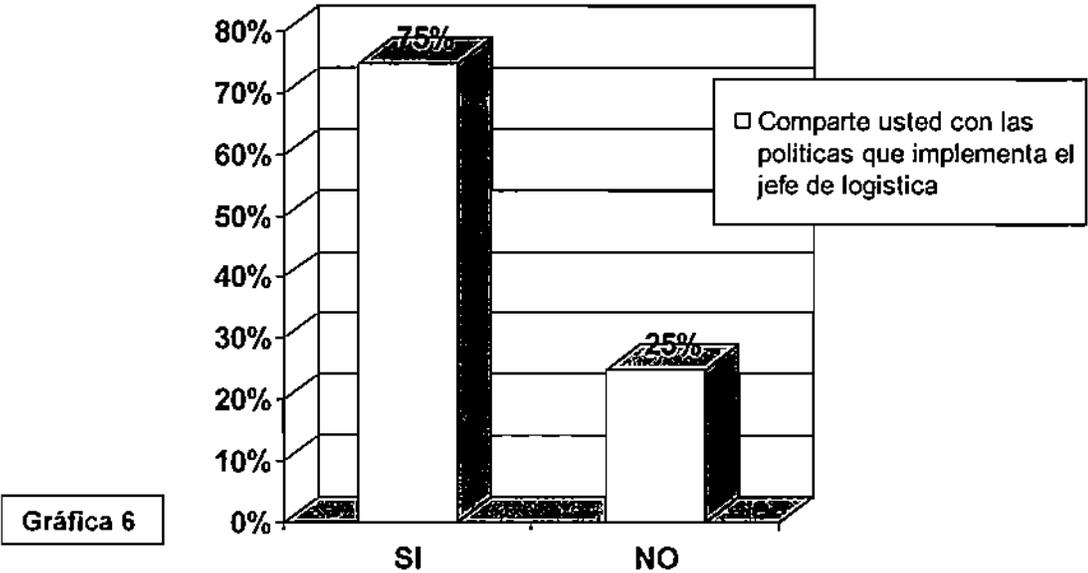
#### **5.1 COORDINACION Y EVALUACION DEL DESEMPEÑO DEL DEPARTAMENTO DE LOGISTICA**

El departamento de logística esta integrado de la siguiente manera:

- Gerente de Logística, es el encargado de implementar procesos, procedimiento y políticas de coordinación para la correcta distribución de la carga. Además de llevar a cabo capacitaciones que contribuyan al mejor desempeño de sus colaboradores, indicándoles doctrinas de servicio y como trabajar en equipo, así como la solución a problemas.

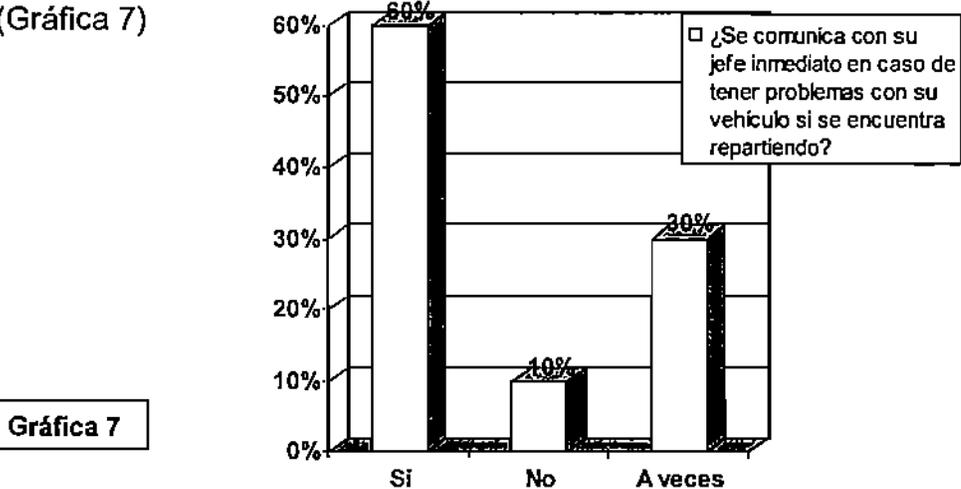
Establece y coordina las rutas locales y departamentales con el fin de optimizar los recursos de logística con los que cuenta, controla el funcionamiento correcto de la flotilla con que cuenta la empresa y así como implementar planes emergentes en casos de accidentes o si algún vehiculo sufre desperfectos mecánicos durante el proceso de entrega o bien por robo.

Este es evaluado en la investigación por sus subalternos teniendo como resultado que el 75% de los colaboradores no comparte sus políticas ya que para ellos no se acercan a la realidad de la empresa. (Gráfica 6)

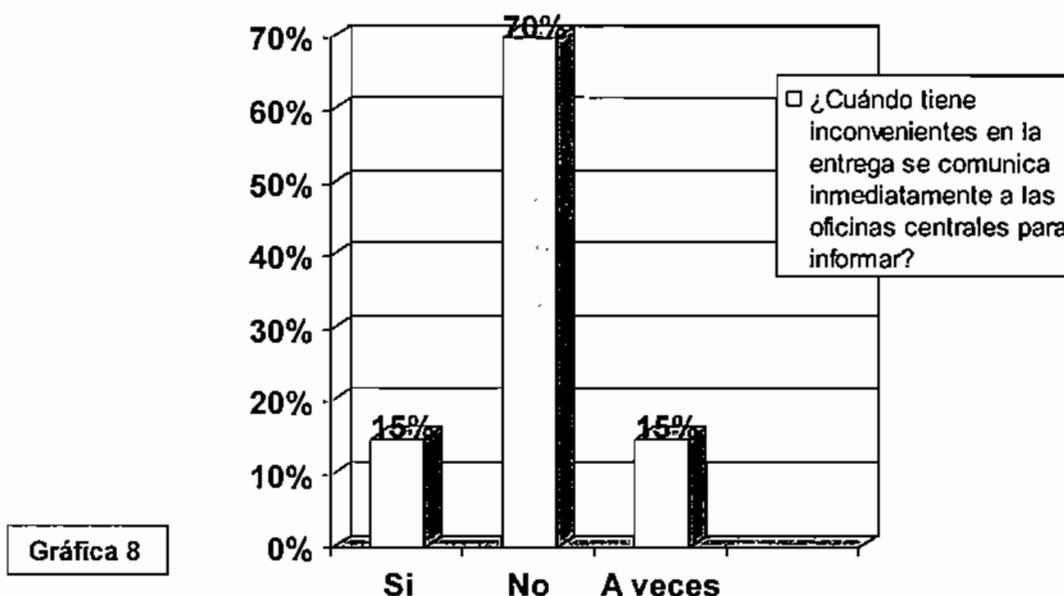


- Jefe de Bodega, es el que debe controlar las entradas y salidas de la carga proveniente de los clientes, este debe de establecer procedimientos para coordinar que toda la carga que ha ingresado en la bodega, salga y sea entregado, dicho control será verificado por medio de las boletas que son devueltas a las bodegas con la validez de entrega del cliente final y de esta manera cuadrar la carga. Este cuenta con mayor credibilidad ya que el 60% de los pilotos repartidos se sienten identificados ya que este resuelve de manera inmediata sus problemas o necesidades, según informan los pilotos según

(Gráfica 7)



- Supervisores de Bodega, sirven de apoyo al Jefe de Bodega y deben controlar que la carga tenga su respectiva guía y de establecer las rutas a cada piloto, por medio de un manifiesto que indica la cantidad de paquetes entregados. En algunos casos estos cometen equivocaciones en colocar de manera incorrecta la carga en un destino que no corresponde y esto provoca en ocasiones la pérdida de paquetes, ya que no cuentan con un sistema que evite este problema.
- Pilotos Repartidores, estos son los encargados o responsables de ejecutar las políticas y procedimientos establecidos por el Gerente de Logística, estos no retroalimentan a servicio a cliente las causas por las cuales no se entregan de manera adecuada los paquetes, también son causa de que los pedidos sean entregados en otras direcciones, es aquí donde proviene en mayor parte la mala comunicación ya que según encuesta realizada nos indica que 70% de los pilotos no informa inmediatamente sobre estas anomalías. (Gráfica 8)



## 5.2 EVALUACION DE LOS ELEMENTOS DE COORDINACION DE SERVICIO AL CLIENTE

El ejecutivo de servicio al cliente es el encargado de coordinar, monitorear y rastrear los pedidos asignados por EBEL, también es el enlace de comunicación con los personeros de EBEL quien deben en conjunto solucionar de manera pronta y efectiva cualquier eventualidad. Proporciona diariamente un reporte de los pedidos que son entregados para reparto e indica y reporta cuando un piloto se encuentra con alguna dificultad de entrega. A continuación se muestra parte del reporte que es elaborado.

(Cuadro 2)

FECHA DE DESPACHO	FECHA DE ENTREGA	DIAS	CODIGO CONSEJERA	TERRITORIO	DESPACHO	CAJAS	OBSERVACIONES	OBSERVACIONES 2	OBSERVACIONES 3
15/11/07	16/11/07	2	0035495	0110	7120504	1	No se encuentra la persona		
15/11/07	16/11/07	2	0017470	0113	07120539	1			
15/11/07	20/11/07	2	0029196	0214	07118957	5	1ª. visita		
16/11/07	17/11/07	2	0038233	0120	07121392	1	1ª. visita		
16/11/07	17/11/07	2	0039799	0120	07121393	1			
16/11/07	17/11/07	2	0044113	0120	07121394	1			
16/11/07	17/11/07	2	0044571	0120	07121395	1	1ª. visita	2ª. visita	Dirección incorrecta
16/11/07	17/11/07	2	0044572	0120	07121396	1			
16/11/07	17/11/07	2	0044580	0120	07121397	1			
16/11/07	17/11/07	2	0018280	0120	07121460	1			
16/11/07	17/11/07	2	0004112	0124	7121635	1			
16/11/07	17/11/07	2	0004126	0124	07121636	1	Dirección incorrecta		
16/11/07	17/11/07	2	0004684	0124	07121637	3			
16/11/07	17/11/07	2	0004719	0124	07121638	3	Cambio domicilio		
16/11/07	17/11/07	2	0007133	0124	07121639	2			
16/11/07	17/11/07	2	0007142	0124	07121640	2	Dirección incorrecta		
16/11/07	17/11/07	2	0009862	0124	07121641	1			
16/11/07	17/11/07	2	0018577	0124	7121642	1			
16/11/07	17/11/07	2	0020185	0124	07121643	1			
16/11/07	17/11/07	2	0020589	0124	07121644	1	Cambio domicilio		

Cuadro 2

## CAPITULO VI

### PROCEDIMIENTOS A ESTABLECER PARA EL PROCESO DE DISTRIBUCION DE LOS PRODUCTOS EBEL POR LA EMPRESA QUICK EXPRESS

## **6. PROCEDIMIENTOS A ESTABLECER PARA EL PROCESO DE DISTRIBUCION DE LOS PRODUCTOS EBEL POR LA EMPRESA QUICK EXPRESS**

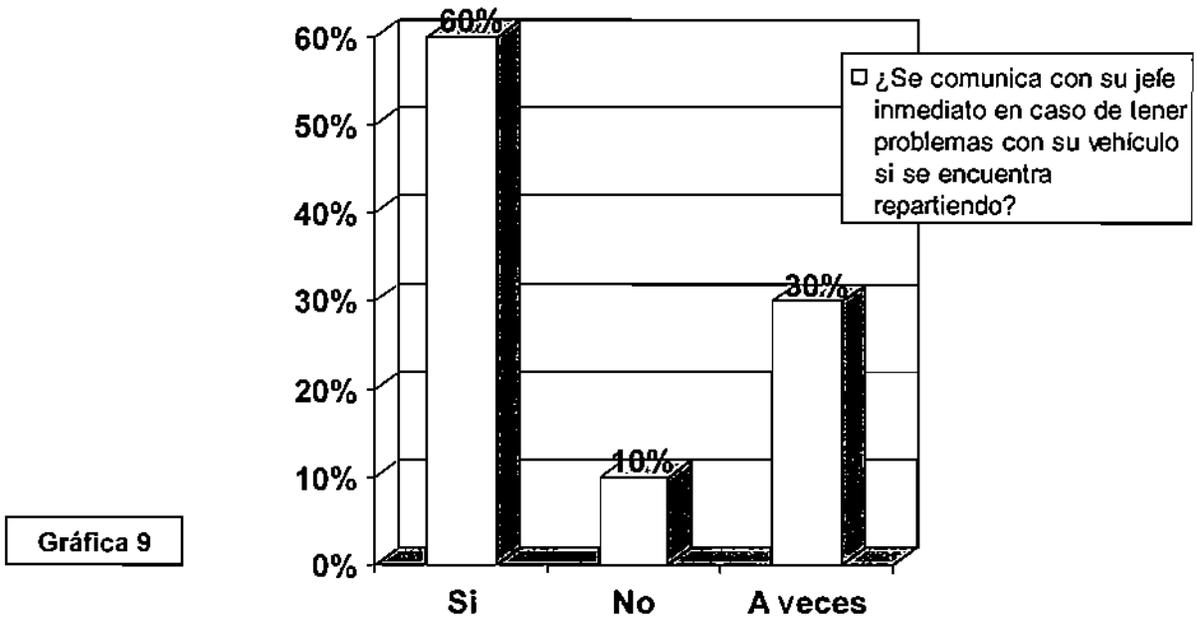
### **6.1 PROCESO DE COMUNICACIÓN EFECTIVOS Y SINERGIA EN EL DEPARTAMENTO DE LOGISTICA**

El proceso de comunicación consta de elementos indispensables estos son el emisor: el canal, el mensaje, la codificación, la decodificación, referente o contexto, receptor, ruido y retroalimentación, para que exista una comunicación efectiva la investigación arrojó como resultado que no se cumplen con los elementos de canal, retroalimentación y decodificación teniendo como resultado que el ruido se establece en los siguientes tipos:

Ruido mecanizado; este ruidos se da en consecuencia como la establece la grafica No. Ya que es necesaria la incorporación de otros medios tecnológicos de comunicación ya que el celular que se les brinda a los pilotos, no cuentan con una eficacia requerida dado que la telefonía es deficiente en los siguientes aspectos:

- Falta de cobertura en algunos departamentos por parte de la empresa que brinda el servicio
- La recarga de prepago por medio de tarjeta resulta costoso y la empresa no proporciona el debido respaldo económico al piloto.

En este sentido el proceso de comunicación se bloquea en efectividad perjudicando a la retroalimentación como se observa el 70% de los pilotos no cumple con esto dado que no existe una forma ágil de cumplir este elemento. (Gráfica 9)



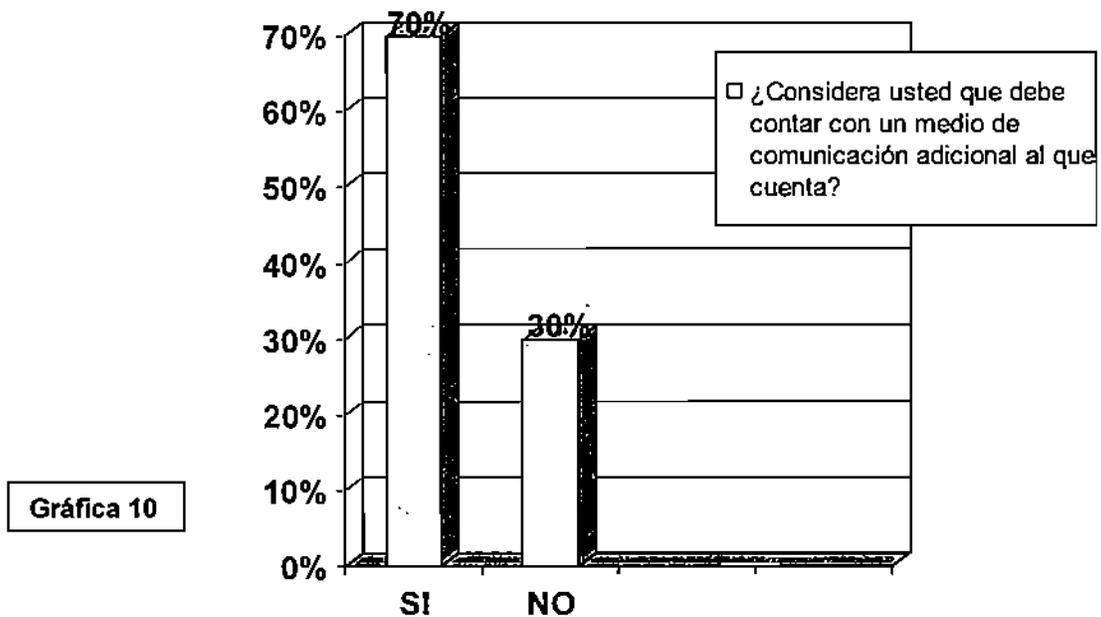
En este sentido la sinergia que juega un papel importante ya que no se cumple por que no existe el trabajo asociado por la deficiencia en los elementos mencionados anteriormente.

De esta forma la investigación nos responde que el proceso de comunicación tendría que llevar el siguiente orden:

- 1) Como emisor: piloto repartido debe contar un canal adecuado.
- 2) Canal: se estable que el canal adecuado es mecánico, en este sentido como lo indica el 70% necesita otra canal de comunicación además del teléfono celular

por lo tanto es indispensable la incorporación de aparato de radio de onda corta.(Gráfica 10)

3) Mensaje: se estable que se debe establecer una codificación adecuada ya que el mensaje se pierde cuando el descodificación no se cumple por el ruido mecánico mencionado. En este sentido es preciso dentro del proceso contar con los códigos que se presentan a continuación.



Establecer como código de entrega paquete entregado junto con la nomenclatura asignada en este caso en forma correlativa.

Cuando no se entrega el paquete establecer el código: no entregado con la nomenclatura asignada.

En caso de Accidente, establecer el código en dificultades mecánicas

4) Receptor quien funciona como el representante de servicio al cliente tiene que contar con las siguientes funciones

- a) conocer a detalle al codificación
- b) tener la capacidad de resolución de ser código dificultades técnicas

Con esto el elemento que se encontraba con deficiencia como es la descodificación sería restaurado para cumplir con el proceso.

La retroalimentación se cumpliría a cabalidad con el comportamiento adecuado de los demás elementos la retroalimentación se establece en el mismo orden ya que el encargado de servicio al cliente es quien llegaría a solucionarlo.

El proceso de sinergia que va íntimamente relacionado con la comunicación se cumple de la siguiente manera:

- a) al trabajar en sentido de proceso comunicación se cumple la máxima de sinergia que es las ventajas del trabajo asociado
- b) Con el trabajo asociado se busca las unificaciones de trabajos individuales para cumplir metas comunes.

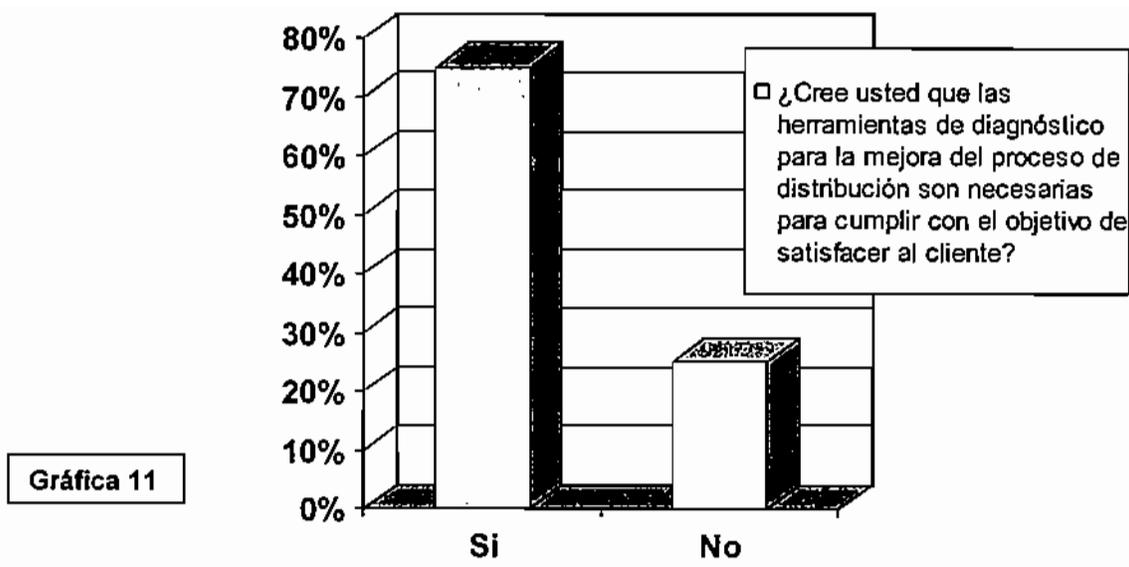
Por lo tanto el departamento de logística es un elemento de la empresa con el que se cumplirá el proceso de sinergia.

## **6.2 PROCESO DE COMUNICACIÓN EFECTIVOS Y SINERGIA EN EL DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL CLIENTE**

En el departamento de servicio al cliente se establece un procedimiento en el cual se dan por establecida las soluciones la comunicación como elemento esencial para la resolución se establecen los siguientes lineamientos con los cuales se dan por establecidas opciones para ayudar a la sinergia para el mejoramiento de las actuaciones de las empresas:

El diagnostico es una habilidad que tiene que tener las personas responsables del servicio al cliente, y con esto proceder a establecer las políticas necesarias, políticas que llenen los requisitos de los clientes, dentro las facultades del diagnostico se encuentran:

- El escuchar: el escuchar al cliente nos da como resultado ganar confianza y con esto tener la herramienta necesaria para el cumplimiento de metas, y tener la capacidad de escuchar se incorpora la necesidad de preguntar con las cuales se establece una empatía con el cliente y con esto se allana el camino al sentimiento es de suma importancia el sentir ya que con esto se logra una concordancia para el fin de las ventas. La investigación revela que el 75% de los empleados que califican el funcionamiento de servicio al cliente muestra que son necesarias estas herramientas de diagnostico para cumplir los objetivos que se estable en metas económicas la empresa. (Gráfica 11)



La implementación de estos procedimientos da como resultado una mejora individual en el departamento pero establecen una relación intrínseca con los demás departamentos logrando la sinergia como elemento clave en la formulación de estrategias para la obtención de metas.

**6.3 PROCESO DE COMUNICACIÓN EFECTIVOS Y SINERGIA ENTRE QUICK EXPRESS Y EBEL**

El proceso de comunicación entre Quick Express y EBEL conlleva una serie de elementos estos elementos están dados por las políticas tanto internas de cada empresa como las políticas exteriores que usan para su relación entre si, dado esto se establece el siguiente proceso:

- a) lazos de comunicación establecidos por la necesidad de mejorar los aspectos de comercialización.

- b) Elaboración de diagnósticos regulares para el comprendiendo de las fallas de comunicación y fallas administrativas
- c) Políticas reguladas desde los principios de energía individual para lograr la sinergia en el conjunto de los elementos.
- d) Consenso interempresas con el fin de regular los procedimientos por medio de la codificación adecuada con el fin de establecer una misma comunicación efectiva

**CAPITULO VII**

**MARCO METODOLÓGICO**

## **CAPITULO VII**

### **7. MARCO METODOLÓGICO**

#### **7.1 METODOLOGIA**

Dado que en la investigación se establece como objetivo la descripción de la comunicación que se da en la empresa, se considera la metodología descriptiva ya que esta no estudia la causas sino simplemente describe el fenómeno. "Este tipo de estudio busca únicamente describir situaciones o acontecimientos; básicamente no están interesados en comprobar explicaciones ni en probar determinadas hipótesis, ni en hacer predicciones"<sup>7</sup>.

De tal manera se utiliza el método analítico que consiste en distinguir los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado, en este caso describiremos cada uno de los elementos que interfieren en la comunicación que se da en la empresa con el fin de conseguir el objetivo de la investigación.

#### **7.2 TECNICAS E INSTRUMENTOS**

- Entrevista: consiste en el diálogo entre dos personas por tal motivo con fines de obtener resultados que nos ayuden a esta investigación, se hace uso de esta

---

<sup>7</sup> Tamayo y Tamayo, Mario. Aprender a investigar. Santa Fe de Bogota, Colombia editorial ARFO;1999

técnica con el propósito de conocer las reacciones de los puestos de gerencia y personal que evalúa el desempeño.

- Encuesta con preguntas cerradas: Siendo este el instrumento por el cual se desarrolla con mayor frecuencia el método descriptivo, se utiliza con el fin de conocer los elementos que se encuentran en la descripción de la investigación.

### **7.3 POBLACION**

- Empleados de Quick Express: 1 Gerente General, 1 Gerente Logística, 2 repartidores locales, 5 repartidores departamentales, 1 Servicio al cliente, 1 Jefe de bodega.
- Empleados de Ebel: 1 Gerente Logística, 3 Personal de bodega, 2 Servicio al cliente.

### **7.4 MECANICA**

- Se lleva a cabo encuestas con preguntas cerradas.
- Se realizan entrevistas con preguntas directas referentes a la problemática.

## **CONCLUSIONES**

Respecto a los resultados de esta investigación se ha determinado que:

1. Quick Express no cuenta con los procedimientos de efectividad de sinergia en la comunicación que contribuyan en el proceso de distribución de su carga. Eso significa que actualmente dentro de la empresa Quick Express cada departamento actúan de manera independiente conforme a lo que cada uno de ellos cree o debe de hacer.
2. El departamento de servicio al cliente no cuenta con un formato de comunicación establecido (se refiere a un historial sistematizado de los datos informativos del cliente) para el control de las llamadas recibidas por parte de los pilotos o bien de la empresa Ebel para llevar un historial de los problemas en la entrega.
3. El departamento de logística no cuenta con procedimientos y políticas de comunicación que contribuyan en la interacción entre sus colaboradores con el objetivo de llevar a cabo un óptimo servicio de entrega.
4. Los pilotos no cuentan con un medio telefónico móvil de comunicación adicional al teléfono, en casos emergentes que les permita comunicarse con el departamento de servicio al cliente para informar sobre cualquier eventualidad.
5. Se ha creado un ambiente de reproches y sarcasmos entre el cliente Ebel y la empresa Quick Express, debido a la falta de comunicación como consecuencia de la incidencia en los errores de entrega.
6. La falta de comunicación entre ambas empresas tiene como consecuencia que el cliente determine entregar menos carga a Quick Express, perjudicándolo económicamente.

## **RECOMENDACIONES**

Se han establecido los siguientes procedimientos de efectividad de sinergia en la comunicación para el cumplimiento del objetivo de entrega y obtención de satisfacción al cliente:

1. Se requiere de procedimientos de comunicación efectivos en el departamento de servicio al cliente para que este desarrolle dentro de sus colaboradores su sinergia con el objetivo de brindar eficientemente la información que le sea solicitada por el cliente Ebel.
  - 1.1 Se debe de contar con un tiempo prudente en la espera de la información que le sea trasladada de parte de servicio al cliente hacia Ebel.
  - 1.2 Establecer procedimientos para el monitoreo hacia los pilotos por parte de servicio al cliente, es decir fijar una hora y las veces que se harán diariamente.
  - 1.3 De tenerse algún inconveniente en la entrega Servicio al cliente deberá reportarlo inmediatamente a Ebel para en conjunto dar una solución pronta y no afectar al destino final.
  - 1.4 Llevará el reporte de toda la carga que es entregada a Quick Express por parte de Ebel.
2. El departamento de Logística debe establecer procedimientos y políticas efectivos, de acuerdo a la experiencia en el campo comunicada por los pilotos.
  - 2.1 El departamento de Logística proveerá a sus pilotos de más de un medio de comunicación para no obstaculizar este proceso, que como se ha mencionado anteriormente la telefonía celular carece de buena señal en el interior de la republica.

- 2.2 Se establece un número telefónico específico para llamadas de pilotos a Servicio al cliente para una comunicación más directa.
  - 2.3 Generar un reporte que controle los ingresos de los pedidos a las bodegas de Quick Express por medio del informe enviado por Ebel y determinar la carga que es entrega a cada piloto por un manifiesto firmado por él mismo, con el fin de controlar quien es el responsable de cada pedido.
  - 2.4 El jefe de bodega implementara procedimientos que evite que los pedidos sean colocados en una ruta que no corresponde.
- 3 La comunicación interinstitucional entre Quick Express y Ebel tendrá como resultado:
  - 3.1 La satisfacción del cliente puesto que se ha cumplido con los requerimientos del mismo, logrando obtenerse mayores ganancias tanto de servicio como económicas.
  - 3.2 Comunicación efectiva e inmediata ya que los procedimientos establecidos son con el fin de cubrir las necesidades de entrega del cliente.
  - 3.3 Garantía en los tiempo de entrega logrando que la consejera este conforme del servicio brindado por Quick Express.
- 4 Quick Express debe de contar con políticas y procedimientos efectivos de sinergia para su proceso de distribución con el objetivo de lograr una buena comunicación entre sus colaboradores.
- 5 Se hace necesaria la implementación de la sinergia para lograr una mejor comunicación interpersonal entre cada uno de los departamento involucrados en el proceso de entrega.

## **BIBLIOGRAFIA**

1. Andre Soewardjo, Cheshire Homes, Indonesia. La declaración de los derechos de las personas con discapacidad de la ONU.
2. Billorou, Oscar Pedro. Las Comunicaciones de Marketing. Buenos Aires, El Ateneo, 1992. 155p.
3. Blake, Robert R. - Jane Srygley Mouton - Robert L. Allen Una teoría para impulsar la productividad de su grupo COMO TRABAJAR EN EQUIPO. Descargado del sitio [http://www.geocities.com/psicoresumenes\\_2/articulos/](http://www.geocities.com/psicoresumenes_2/articulos/)
4. Cáceres, M. Dolores. Introducción a la comunicación interpersonal. Síntesis. México.2005.
5. Chiavenato, Adalberto. Administración de Recursos. Mc Graw Hill. 8ª edición. Chile. 2007.
6. Comunicación descargado del sitio <http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n> (pagina consulta 18 de diciembre de 2007).
7. Decaer, Bert. El arte de la Comunicación: Como lograr un impacto interpersonal en los negocios. México: Iberoamerica, 1992.
8. Declaración de los derechos de las personas con discapacidad ONU, descargado del sitio <http://www.un.org/spanish/esa/social/disabled/dis50y01.htm> (pagina consulta 21 de abril de 2008).
9. Distribución descargado del sitio <http://es.wikipedia.org/wiki/Distribuci%C3%B3n> (pagina consulta 02 de enero de 2008).
10. Distribución descargado del sitio <http://www.monografias.com/trabajos11/travent/travent.shtml> (pagina consulta 20 de diciembre de 2007).
11. Fernández Sotelo, José Luis Diego. La Comunicación en las relaciones humanas. 2ed. México: Trillas, 2005.
12. Garza Trevino, Juan. ADMINISTRACION CONTEMPORANEA. MC Graw Hill. México. 2005.
13. Interiano, Carlos. Programas de comunicación dominantes y alternativas. Guatemala Usac, 1991. 1-8p.

14. Jáuregui, Alejandro, Distribución. Descargado del sitio <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/27/distifisica.htm>,
15. Lovelock, Christopher, Reynoso Javier, D'Andrea Guillermo. Administración de Servicios: Estrategias de Marketing, Operaciones, y Recursos Humanos. México. 2004.
16. Marroquín Pérez, Manuel. Villa Sánchez, Aurelio (coaut.). Bilbao: Mensajero, 1995.
17. McQuail, Denis. Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Denis McQuail, 2ª. Edición, España, 1991. 452p.
18. Ngai, Karen. Rehabilitation Alliance, Hong Kong, La declaración de los derechos de las personas con discapacidad de la ONU.
19. Olivar Zuñiga, Antonio. Fundamentos teóricos de la comunicación descargado del sitio <http://www.monografias.com/trabajos/lacomunica/lacomunica.shtml> (pagina consulta 02 de enero de 2008).
20. Papaloukas, Theodoros. *Diario Clarín*, Sábado 2 de septiembre de 2006.
21. Reinares Lara, Pedro. Gestión de la Comunicación Comercial. España, McGraw Hill, 1999. 266p.
22. Ribeiro, Lair. La comunicación eficaz. Barcelona: Urano, 2000.
23. Scott, M.d. Y Powers, W.g. Comunicación interpersonal. Nancea. Canadá.2007.
24. Sinergia descargado del sitio <http://buscon.rae.es/drael/SrvItGUIBusUsual?LEMA=sinergia> (pagina consulta 03 de enero de 2008).
25. Sinergia descargado del sitio <http://www.consinergia.blogspot.com/> (pagina consulta 03 de enero de 2008).
26. Sinergia descargado del sitio, <http://es.wikipedia.org/wiki/Sinergia> (pagina consulta 02 de enero de 2008).
27. Tamayo y Tamayo, Mario. Metodología Descriptiva, Aprender a investigar. Santa Fe de Bogota, Colombia editorial ARFO;1999
28. Zaldívar D. Comunicación Interpersonal, Relaciones interpersonales en Psicología. La Habana: Editorial Enpes; 2003.

## ANEXOS



### ENCUESTA A PERSONAL DE QUICK EXPRESS

1. ¿Cuanto tiempo tiene de laborar para la empresa?

2. ¿Cual es su puesto en la empresa?

3. ¿Cree usted que cuenta con el apoyo necesario para la solución de problemas por parte de su jefe inmediato?

SI      NO      A VECES

4. ¿El vehiculo que le fue asignado se encuentra en buenas condiciones que le ayuden con la rapidez del reparto?

BUENO                      REGULAR                      MALO

5. ¿Se comunica con su jefe inmediato en caso de tener problemas con su vehículo si se encuentra repartiendo?

SI      NO      A VECES

6. ¿Cuenta usted con los recursos necesario para concluir con el reparto de los pedidos de manera efectiva?

SI      NO

7. ¿Con que medio de comunicación cuenta para trasladar esta información?

CELULAR                      BIPPER                      RADIO

8. ¿Considera usted que debe contar con un medio de comunicación adicional al que cuenta?

SI      NO

9. ¿Cuenta con el apoyo necesario por parte del departamento de Servicio al Cliente?

SI      NO      A VECES

10. ¿Cuándo tiene problemas con la entrega Servicio al Cliente le resuelve inmediatamente el problema?

SI      NO      A VECES

11. ¿Cuánto tiempo demora Servicio al Cliente en darle respuesta a la solución de su problema?

5 MIN      10 MIN      15 MIN      30 MIN      MAS DE 30 MIN

12. ¿Tiene problemas para comunicarse con Servicio al Cliente?

SI      NO      A VECES

13. ¿Cuando tiene inconvenientes en la entrega se comunica inmediatamente a las oficinas centrales para informar?

SI      NO      A VECES

14. ¿Como evalúa el servicio de la empresa?

BUENO      REGULAR      MALO



**ENCUESTA A PERSONAL DE EBEL**

11. ¿Cuanto tiempo tiene de laborar para la empresa?
12. ¿Cual es su puesto en la empresa?
13. ¿El servicio de recolección lo evalúa como?  
BUENO      REGULAR      MALO
14. ¿La atención de los pilotos la evalúa como?  
AMABLES      SERIOS      MOLESTOS
15. ¿La presentación de los pilotos la evalúa como?  
BUENA      REGULAR      MALA
16. ¿Cree que la condición de los vehículos influya en la efectividad de la entrega?  
SI      NO      A VECES
17. ¿Comúnmente la consultora se comunica antes que Quick Express para informar que su pedido aún no le ha sido entregado?  
SI      NO      A VECES
18. ¿Cuenta con el apoyo necesario por parte del departamento de Servicio al Cliente de Quick Express?  
SI      NO      A VECES
19. ¿Cuándo tiene dificultad con la entrega Servicio al Cliente le resuelve inmediatamente el problema?  
SI      NO      A VECES

a. . ¿Cuánto tiempo demora Servicio al Cliente en darle respuesta a la solución de su problema?

5 MIN

10 MIN

15 MIN

30 MIN

MAS DE 30 MIN

11. ¿Tiene problemas para comunicarse con Servicio al Cliente?

SI

NO

A VECES

12. ¿Cuando solicita información sobre algún pedido no entregado la respuesta es inmediata?

SI

NO

A VECES

13. ¿Cuáles son las causas más comunes por el cual no ha sido entregado un pedido?

- NO SE ENCUENTRA LA PERSONA
- DIRECCION INCORRECTA
- SE ENTREGO EN OTRA DIRECCION

14. ¿Considera usted que la "mala comunicación" sea el factor que influye en la deficiencia del servicio de Quick Express?

SI

NO

15. ¿Cree usted que la retroalimentación por parte de Quick Express podría minimizar los problemas en las entregas de los pedidos?

SI

NO

16. ¿actualmente cuenta con un servicio más eficiente que el que le presta Quick Express?

SI

NO

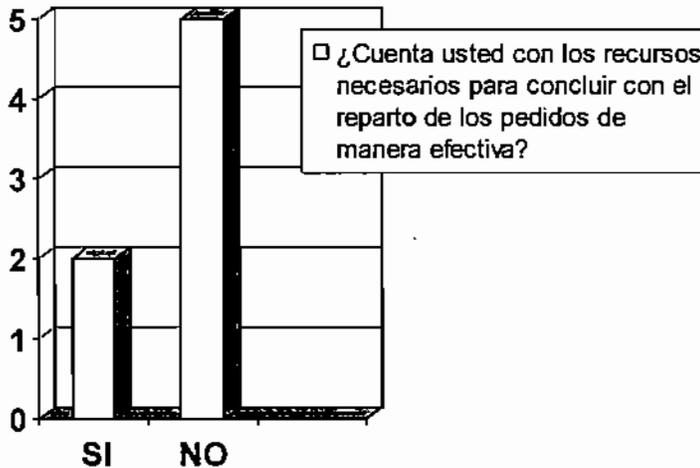
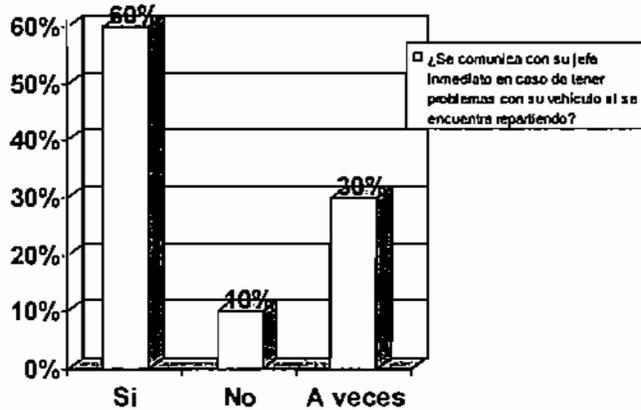
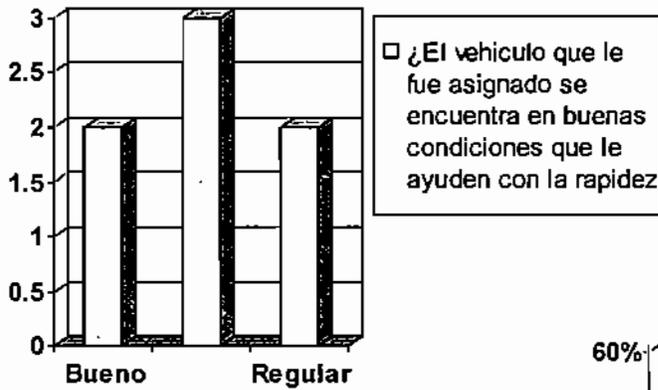
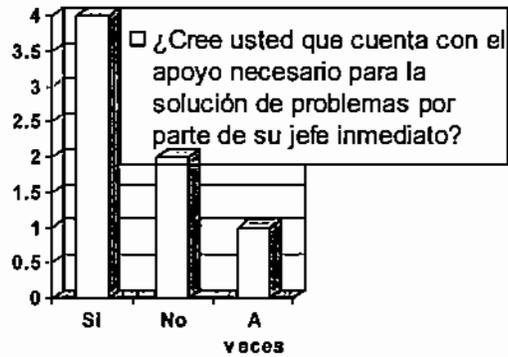
17. ¿Como define el servicio de Quick Express?

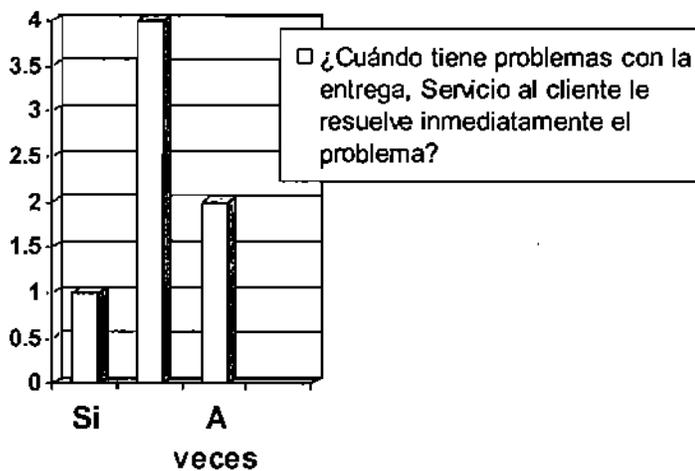
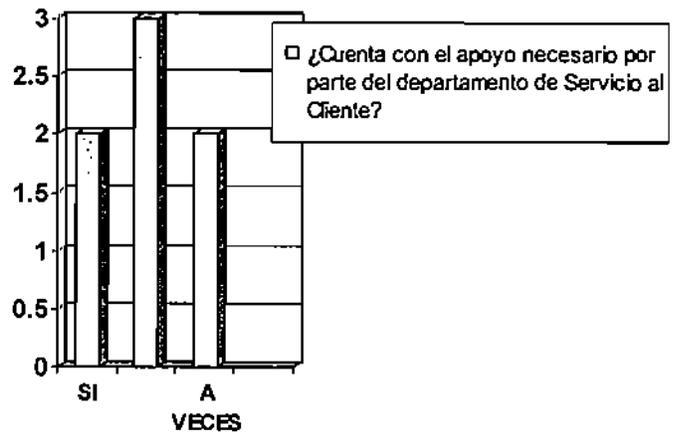
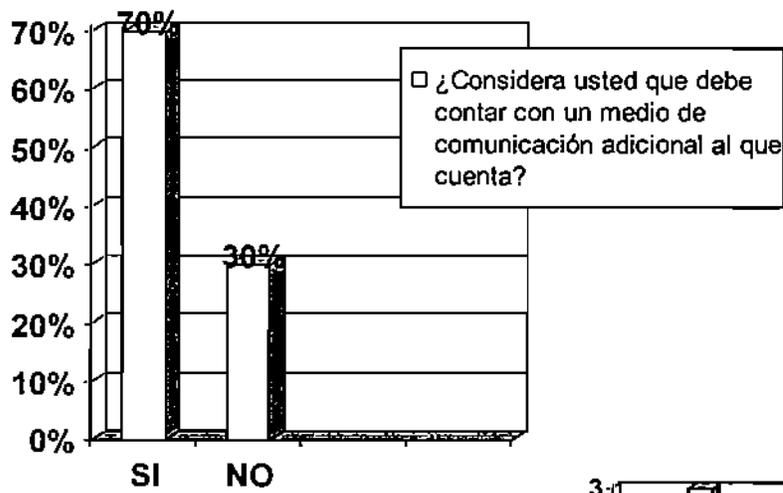
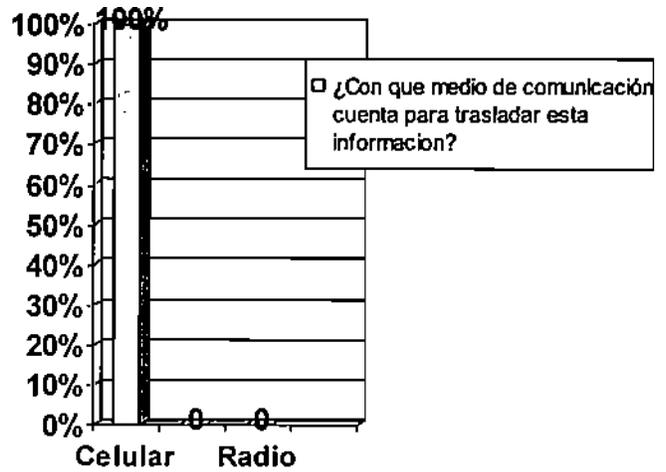
EFICIENTE

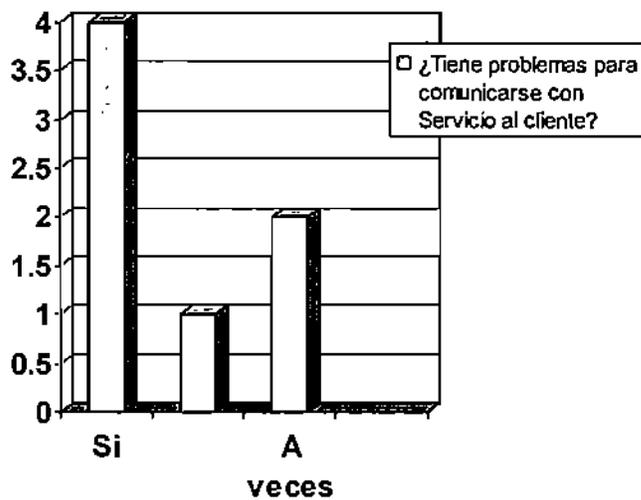
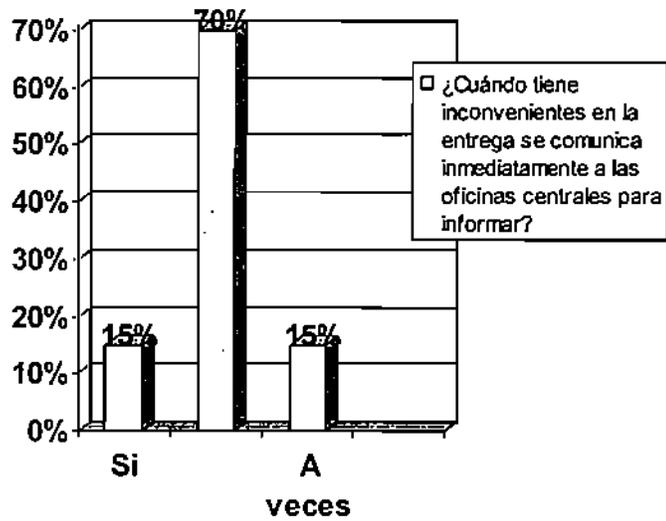
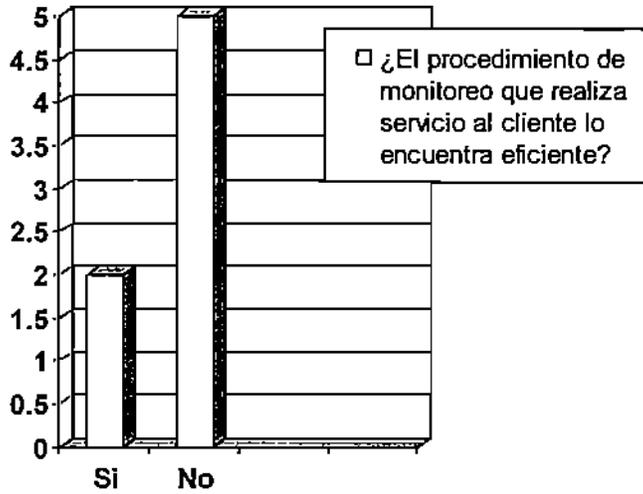
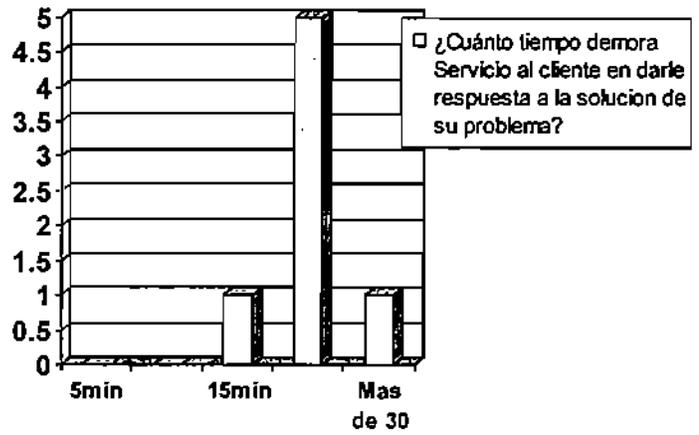
DEFICIENTE

✓ Gráficas desarrolladas por encuesta realizada al personal de la empresa Quick

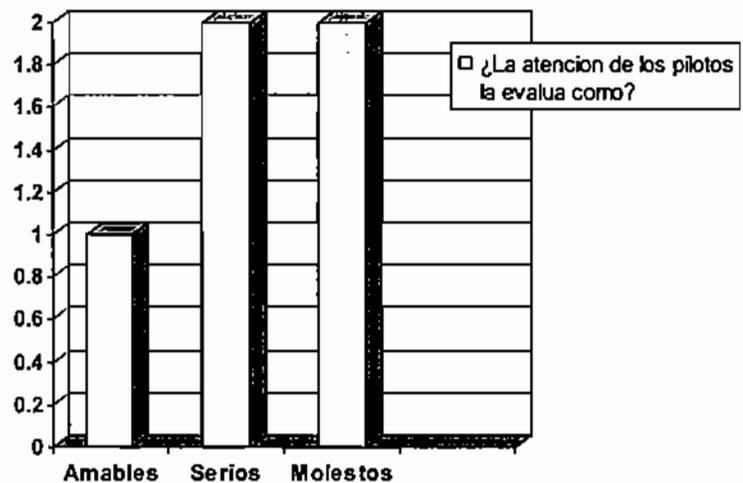
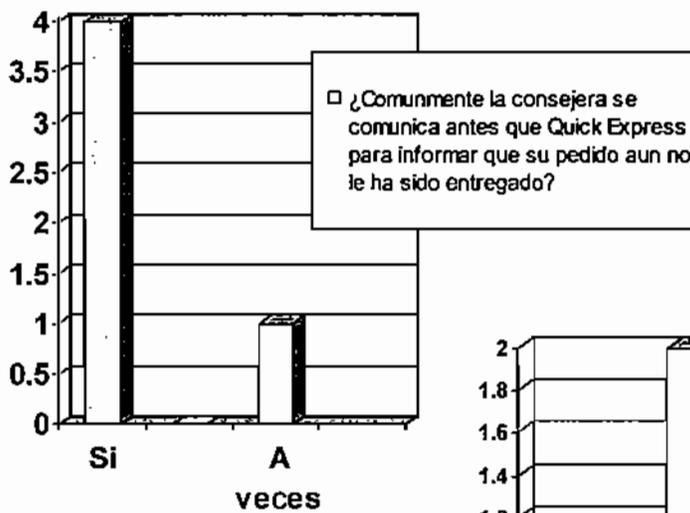
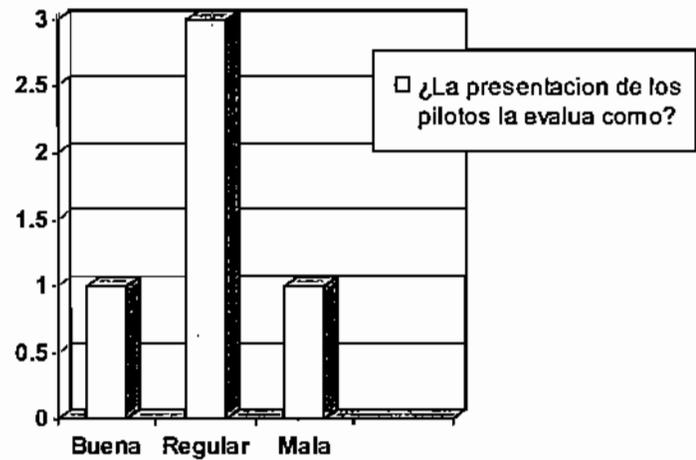
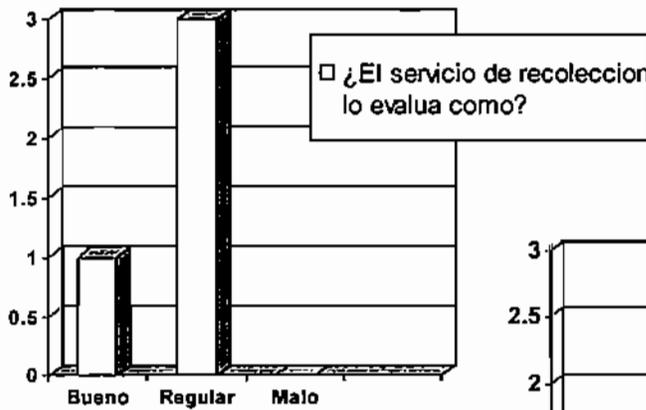
Express dirigidas a la muestra establecida en el marco metodológico:

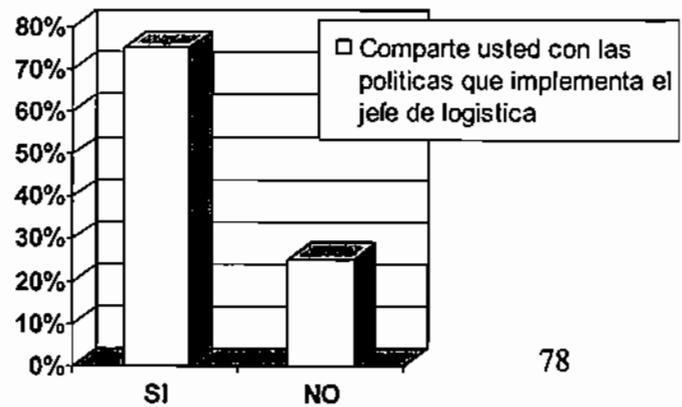
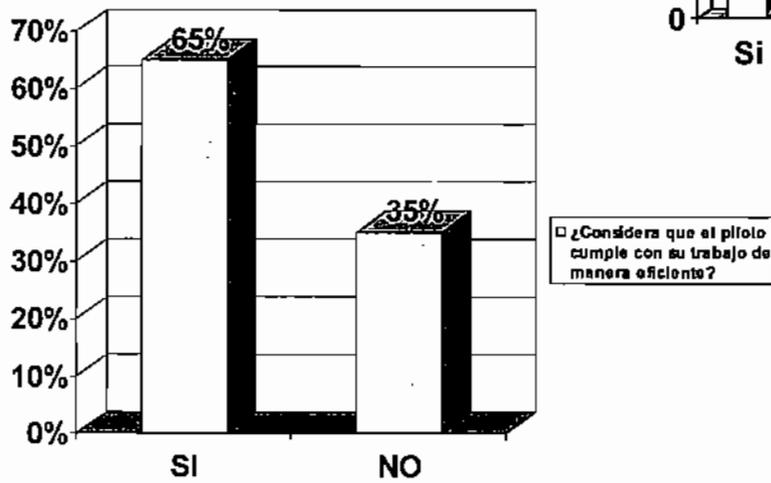
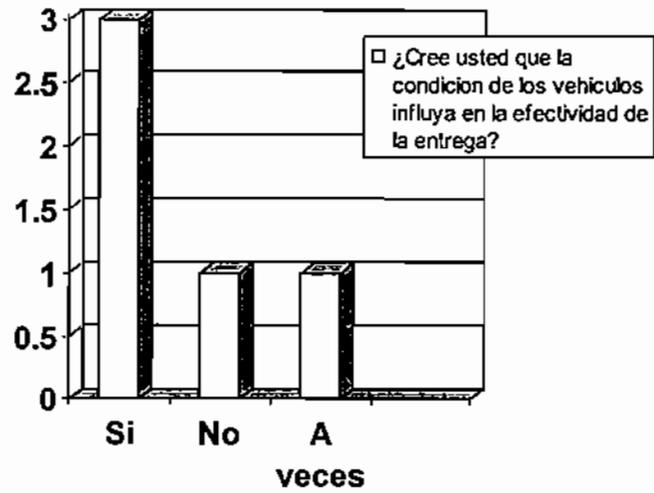
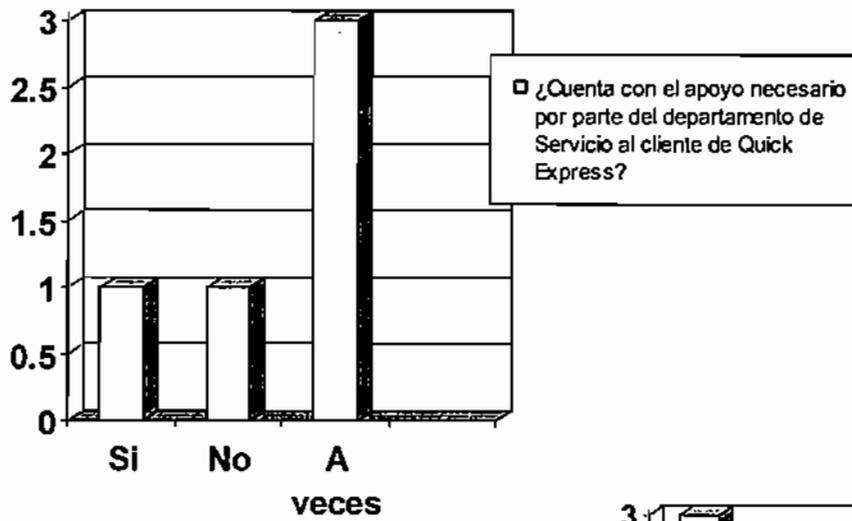


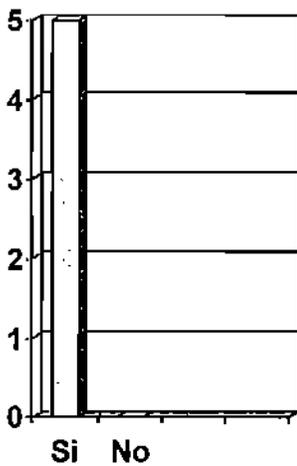
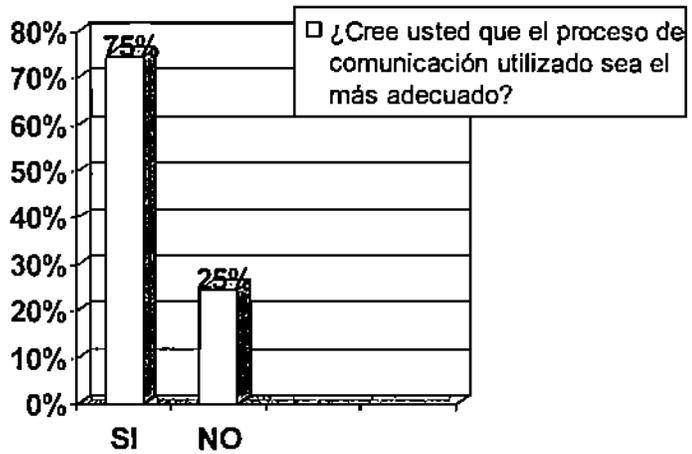
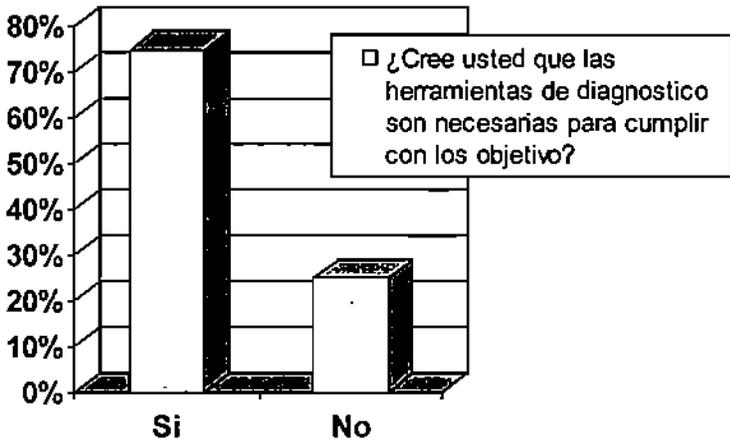




- ✓ Gráficas desarrolladas por encuesta realizada al personal de la empresa Ebel dirigidas a la muestra establecida en el marco metodológico:







¿Cree usted que la retroalimentación por parte de Quick Express podría minimizar los problemas en las entregas de los pedidos?

