



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC

VICERRECTORÍA ACADÉMICA

DEPARTAMENTO CURSO MONOGRÁFICO

Trabajo Final de Grado, en la modalidad de
Curso Monográfico para optar por el título de:

Licenciatura en Negocios Internacionales

Tema:

**“ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN EN LOS PROCESOS LOGÍSTICOS
DE LOS COURIERS EN REPÚBLICA DOMINICANA”**

Sustentado por:

Milagros Emperatriz Bello	A00100113
Karla Ramírez Aristy	A00100179
Danel Ariza Ramírez	A00100305

Asesores:

Lic. Fe Adabel Acosta

Los conceptos emitidos en el presente trabajo de investigación son de exclusiva responsabilidad de quien (es) lo sustenta (n).

Coordinación Curso Monográfico: Dra. Sención Raquel Yvelice Zorob Avila

Distrito Nacional, República Dominicana

2022

TRABAJO FINAL DE GRADO EN LA MODALIDAD DE
CURSO MONOGRÁFICO:

**“ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN EN LOS
PROCESOS LOGÍSTICOS DE LOS COURIERS EN
REPÚBLICA DOMINICANA”**

INDICE

AGRADECIMIENTOS	I
DEDICATORIAS	VII
RESUMEN	XI
INTRODUCCIÓN	XII
Capítulo I: <i>Generalidades de cadena de suministro y logística</i>	1
1.1 Cadena de suministro	2
1.1.2 Importancia de la Cadena de Suministro	2
1.1.3 Evolución e impacto	2
1.1.4 Funciones de la cadena de suministro	4
1.2 Logística	4
1.2.1 Conceptualización	4
1.2.2 La logística y sus inicios	5
1.2.3 Tipos de logística	7
1.2.3.1 Logística de producción	7
1.2.3.2 Logística de Inventario.....	8
1.2.3.3 Logística de transporte.....	8
1.2.3.4 Logística Aduanera	8
1.2.3.5 Logística de almacén	9
1.2.3.6 Logística de compras.....	9
1.2.3.7 Logística de distribución	10
Capítulo II: <i>Empresas couriers en la República Dominicana</i>	11
2.1 Aspectos generales de las empresas couriers.....	12
2.1.1 Conceptualización	12
2.1.2 Características	13
2.1.3 Importancia	14
2.2 Los couriers y el E–Commerce.....	14
2.3 Antecedentes de las Empresas couriers en República Dominicana.....	15
2.4 Aspectos legales de las empresas couriers en la República Dominicana.....	18
2.5 Empresas que regulan las empresas couriers en República Dominicana.	20
2.6 Asociación Dominicana de Empresas Couriers (ASODEC)	24
2.7 Impacto de la Pandemia 2019 en las empresas couriers.	26

2.8 Procesos logísticos de importación	27
2.8.1 Recepción	27
2.8.2 Almacenamiento.....	28
2.8.3 Inventario	29
2.8.4 Compras	30
2.8.5 Transporte	31
2.8.6 Distribución	32
2.9 Servicio post-venta.....	33
Capítulo III: <i>Análisis de optimización de los procesos logísticos en los couriers de la República Dominicana</i>	35
3.1 Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) de los procesos logísticos de los courier en la República Dominicana.	36
3.2 Análisis del objeto de estudio.	41
3.3 Evaluación de indicadores de desempeño logístico.....	42
3.3.1 Indicadores de producción e inventarios.	43
3.3.2 Indicadores de almacenamiento.....	44
3.3.3 Indicadores de transporte y distribución.....	47
3.4 Resultados obtenidos de las encuestas a usuarios de empresas couriers.	48
CONCLUSIONES	60
RECOMENDACIONES	62
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	65
A N E X O S	68

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a **Dios**, por permitirme haber llegado hasta donde estoy con su infinita fidelidad y misericordia para conmigo, gracias Dios por todas las oportunidades brindadas, gracias por el crecimiento personal y profesional que he tenido durante estos 4 años de carrera, sin tu Gracia no habría podido lograr tanto.

A mis padres, **Luis Bello y Diana Cuevas**, por brindarme la oportunidad de tener una buena educación, por haberme inculcado valores de los cuales ahora se ven los frutos, por siempre motivarme a esforzarme cada día y por enseñarme que los momentos difíciles pasan y se superan, gracias por siempre confiar en mí, sin ustedes nada de esto sería posible. ¡Los amo!

A mi tía, **Orlando Feliz**, por siempre estar ahí en los momentos que la he necesitado, por siempre ver una mejor versión de mí en todos los aspectos, ¡gracias!

A mi amiga **Liz Jeimmy Ozuna**, gracias por todos esos días de estudios juntas, por todas las palabras de aliento y por todas las sonrisas compartidas, aprecio mucho los momentos que pasamos en la universidad.

A mis docentes, **Pedro Santos, Niurka Beato, César Caracas, Gustavo Roca y Josué Zorrilla**, por haberme motivado en aprender y ser constantes en las cosas que me propongo, por su peculiar forma de impartir las clases de manera interesante.

A mis compañeros, ***Danel Ariza y Karla Ramirez***, gracias por vivir conmigo esta grata experiencia, por la amistad que hemos construido y por el buen equipo que logramos hacer, sin duda los volvería a escoger a ustedes para un proyecto, gracias por haber demostrado compañerismo y empatía en todo este proceso.

A nuestra asesora, ***Fe Adabel Acosta***, por su dedicación, por la confianza depositada en nosotros y por su apoyo incondicional. ¡Muchas gracias!

- ***Milagros Emperatriz Bello***

Le Agradezco a **Dios** por la vida, salud y fortaleza, gracias mi señor por haberme dado la oportunidad de alcanzar esta meta y de nunca abandonarme en los momentos más difíciles de mi carrera.

A mi padre, **Carlos Ramirez**, por inculcarme valores, enseñarme que todo en la vida se logra a base de sacrificios y por sus esfuerzos de brindarme siempre lo mejor. A ti por ser mi ejemplo, gracias. Te amo.

A mi madre, **Kenia Aristy**, por ser la persona más fuerte y valiente que he conocido, por su amor, dedicación y apoyo en todos los aspectos de mi vida. Gracias por darme tu ejemplo, enseñarme a mirar hacia delante y no rendirme en los obstáculos que te presenta la vida.

A mi abuela, **Altagracia Díaz**, por formar parte de mi crianza, cuidarme, brindarme su apoyo incondicional y amor en todas las facetas de mi vida.

A mi hermano, **Edward Camacho**, Gracias por ser mi confidente y guía, por tu confianza y compañía en todo momento. A ti te doy gracias por recordarme que puedo, estar para mí y brindarme tu cariño.

A mis tíos, **Rafael Aristy y Ramón Álvarez**, por el cariño incondicional y por siempre velar por mi seguridad en las jornadas de estudios nocturnas.

A mi mejor amigo, **Bryan Suarez**, Gracias por siempre escucharme, aconsejarme y recordarme que estaba cerca de la meta y no era momento de rendirme.

A mis amigos y compañeros de este trabajo de grado, ***Danel Ariza y Emperatriz Bello***, por el gran equipo que construimos, su apoyo y dedicación. Gracias, sin ustedes esto no habría sido posible.

A mi asesora, ***Fe Adabel Acosta***, por su dedicación y confianza en el desarrollo de este trabajo.

Finalmente agradezco a todos mis amigos y compañeros que formaron parte del trayecto de esta etapa, me ayudaron y brindaron su apoyo. En especial a ***Oliver, Ángel y Aileen***. Gracias.

- ***Karla Alexandra Ramirez Aristy***

Agradezco en primer lugar a **Dios**, por siempre estar presente en toda mi formación profesional, por darme la sabiduría, la salud en todo este trayecto luego de la pandemia, iluminación, el discernimiento, las fuerzas y la protección necesaria para llevar todo a cabo, superando todos los obstáculos en el camino de manera satisfactoria.

A mi **familia**, de manera especial, por ser cada uno un pilar en esto, brindándome el apoyo, la motivación, el sacrificio, la confianza, y el amor necesario para poder realizar esto.

A mis padres **Anne Ramirez** y **Nelson Ariza**, quienes siempre me dieron el amor, la entrega, el apoyo incondicional, la inteligencia, consejos, el sentido de compromiso, mi formación como persona, la vida, entre otras cosas que no puedo resumir en este texto, sin ustedes nunca habría podido lograr todo esto. Los amo como a nada el mundo.

A mis hermanos, **Allen** y **Alannah Ariza**, por siempre estar a mi lado dándome el apoyo necesario.

A mis abuelos, **Nelson Ramirez** y **Clara Geraldino**, los cuales siempre estuvieron presente en toda mi formación profesional de esta licenciatura, siempre dándome el amor y el apoyo a seguir adelante en mis estudios.

A la **Universidad APEC**, quienes fueron los protagonistas de este largo trayecto lleno de conocimientos, experiencias, aventuras y ente formador.

A mis ***amigos***, quienes estuvieron presente en mi recorrido en estos años llenos de alegría, apoyo, aventuras, experiencias, risas, lágrimas y demás. Estoy más que seguro que esta amistad que formamos no solo será por este tiempo, sino para siempre.

A mis compañeras de trabajo, ***Emperatriz Bello*** y ***Karla Ramirez***, quienes formaron un papel fundamental en este último paso para lograr convertirnos en grandes profesionales, les deseo muchísimo éxito en lo que se propongan y recuerden siempre tendrán un amigo no solo para esto, sino para la vida.

A los ***maestros***, dándole las gracias por todo el conocimiento y experiencias que me brindaron para ser un profesional competente y con alto conocimiento en los temas relacionados a mi carrera, y por dedicarme ese tiempo para mi desarrollo profesional.

A nuestra asesora, ***Lic. Fe Adabel Acosta***, gracias por compartir sus conocimientos, dándonos consejos, y siendo esa increíble persona que es y guiarnos en este proceso.

- ***Danel Ariza Ramirez***

DEDICATORIAS

De manera muy especial a **Dios** sobre todas las cosas, porque todo se lo debo a Él, por haberme dado la voluntad y fuerza para culminar mis estudios, gracias por tu misericordia Señor.

A mis Padres, **Diana Cuevas y Luis Bello**, por todo el esfuerzo que han hecho para que hoy yo esté logrando todo esto, por su apoyo y confianza incondicional en todos los aspectos de mi vida, por ser personas de buenos valores y por ser mis amigos y padres.

A todos mis familiares y amigos cercanos, por su buena amistad y por su amor demostrado en todo momento.

- **Milagros Emperatriz Bello**

A **Dios**, por haberme dado la voluntad y fuerza de lograr esta meta, por sus incontables bendiciones, por guiarme y darme la inteligencia para alcanzar mis objetivos.

A mi padre, **Carlos Ramirez**, por sus esfuerzos y sacrificios, por haberme enseñado todo lo que necesitaba en la vida y ser mi mayor ejemplo a seguir.

A mi madre, **Kenia Aristy**, por su apoyo y amor incondicional, por estar a mi lado en los buenos y malos momentos, sin su ayuda y esfuerzos este logro no hubiese sido posible.

A mi abuela, **Altagracia Díaz**, por haberme cuidado y apoyado en todo momento, pero sobre todo por su amor.

A mi hermano, **Edward Camacho**, por estar en mi vida y animarme a dar lo mejor de mí a lo largo de mi carrera, espero que esto sirva de ejemplo para que logre todo lo se proponga. Tú también puedes.

A mis amigos, **Rafael y José Mármol**, por brindarme su amistad y apoyo en todas las circunstancias de mi vida, estar ahí en los momentos que más los necesitaba. Gracias. Espero que esto les sirva de ejemplo para que puedan lograr sus objetivos.

A mi sobrino, **Zaid Massanet**, que esto sirva de inspiración y ejemplo para que cuando crezca sea una persona de bien y útil en la sociedad.

- **Karla Alexandra Ramirez Aristy**

En primer lugar, le doy las gracias y dedicatoria a **Dios** sobre todas las cosas por siempre mantenerme firme en cada paso que he dado en mi vida, guiándome siempre por el buen camino lleno de luz y alegría, y por brindarme la inteligencia y las fuerzas para poder culminar esto de manera exitosa.

A mis padres, **Anne Ramirez** y **Nelson Ariza**, por nunca rendirse conmigo, por siempre estar pendiente y dándome consejos en cada etapa de mi vida , dándome siempre el amor y el cariño que reflejan cada día en nuestra familia , gracias por enseñarme con todos los ánimos y enseñanzas que todo lo que me proponga lo puedo lograr sin rendirme y sin importar que obstáculos se presenten en mi vida , sé que esto los hará sentir orgullosos de quien soy y quien seré, ya que tanto yo como ustedes saben todo el esfuerzo que hemos vivido para llegar hasta esta fase de mi vida, el cual no termina aquí. Aprovecho la oportunidad para decirles mi meta principal en la vida, hacerlos sentir los padres más orgullosos del mundo y verlos feliz enormemente de esto, siendo siempre ustedes los protagonistas de mi éxito.

A mi hermano **Allen Ariza**, le dedico estas palabras de manera especial, que tanto yo como esto le sirva como un modelo a seguir , cada día quiero que sepa que podrá contar conmigo con lo que sea, que esta etapa que he culminado y estas iniciando te sirva como un ejemplo e inspiración, siendo yo su modelo a seguir, cada día trato de que sientas todo el amor , el aprecio , el cariño, el carisma, el afecto y cada uno de los valores que pueda inyectar en ti para que seas un ejemplo a seguir en la vida, es por esto que quiero desearte mucho éxito en la vida y que eres un modelo a seguir para mí , te deseo lo mejor.

A mi abuelo **Nelson Ramirez**, te dedico estas palabras para expresarte todo mi agradecimiento, por ser esa persona que me apoyo en cada etapa de mi vida , ese amor incondicional , por ser ese ejemplo a seguir en mi vida , tu eres la persona que me enseñó que el trabajo deja de ser trabajo cuando lo haces con amor y empeño, gracias por inculcarme tantos valores , en lo personal y lo profesional, los cuales uso día tras día en vida , por siempre darme los consejos necesarios en cada momento mientras iba creciendo , por enseñarme el sentido del compromiso y el amor hacia la familia y por siempre creer en mí y en todo lo que he logrado y seguiré logrando, muchas gracias por todo.

A los **lectores**, cada persona que este leyendo esto quiero aprovechar la oportunidad de brindarle este aporte y el apoyo a cada profesional que esté pasando por la última fase de su carrera universitaria, confíen en ustedes, son más que capaces de lograr lo que se propongan, siempre sigan sus sueños, manténganse siempre con la cabeza en alto y la última opción en todo esto es rendirse, ustedes pueden.

“Cree en ti mismo y en lo que eres. Se consciente de que hay algo en tu interior que es más grande que cualquier obstáculo. ”

Que Dios los bendiga, éxitos.

- **Danel Ariza Ramirez**

RESUMEN

La logística es una herramienta vital para que los procesos que se implementen en una empresa tengan éxito y las empresas couriers no son la excepción, es de gran importancia que la logística tenga presencia en todas las etapas de su cadena de suministro. Los Couriers son empresas que se caracterizan por la rapidez, data y seguridad que le pueden ofrecer a sus usuarios, como toda empresa de servicio es importante fidelizar a sus usuarios para lograr un crecimiento constante y un posicionamiento en el mercado meta.

Todas las personas que compran por internet en República Dominicana deben seleccionar un Courier para poder completar el proceso, es imprescindible obtener un servicio con calidad, confiable y se adapte al presupuesto del usuario, todas las empresas couriers que existen en República Dominicana se diferencian una de la otra y por estos factores se debe analizar cuál es mejor para las necesidades de cada persona.

El objetivo de esta monografía es analizar los procesos implementados y optimizar cada uno de ellos para un mejor funcionamiento buscando eficacia en el servicio que cada empresa le brinde a sus clientes.

El interés en este tema surgió por la gran demanda de este tipo de servicio que existe en la actualidad del comercio electrónico en República Dominicana, las empresas couriers se han estado desarrollando en el país gracias a todas las plataformas nuevas de e-commerce que han surgido.

INTRODUCCIÓN

A medida que la sociedad avanza y el ser humano evoluciona, crece la necesidad del comercio electrónico, donde las personas prefieren realizar transacciones desde la comodidad de su hogar. Hoy en día basta con tener acceso a la internet para ver, comparar y realizar compras en línea en menos de dos horas.

En República Dominicana son cada vez más las personas que deciden adquirir sus productos mediante esta vía, es por esto que el mundo de las compras en línea crece de manera exponencial, esta tendencia crea oportunidades de negocios para todo el consumidor que realiza este tipo de transacciones por internet, donde escoger un Courier es parte esencial de esta tarea.

Los couriers son empresas que ofrecen el servicio de traslado de mercancías importadas por el consumidor, estos garantizan la entrega rápida y la seguridad de los paquetes a todo el mundo, permitiendo el rastreo y control de estos a lo largo de la cadena de logística.

Este tipo de empresas pertenecen al sector servicio y en República Dominicana este sector representa una gran demanda. Gracias a las 71 empresas couriers que existen se generan empleos y facilidad al consumidor por las cantidades de oficinas que cada una contiene. Por esto es de gran importancia estudiar el modo de operación de este sector para optimizar los procesos que ellos realizan en el movimiento de paquetes.

Por el efecto, el contenido de la investigación se estructura en 3 capítulos, que responden de manera coherente y apropiada los objetivos establecidos para realizar esta investigación, de la manera siguiente:

El Capítulo I, expone las generalidades de la cadena de suministro y la logística, conceptualización, evolución, funciones, tipos y demás.

El Capítulo II, hace referencia al origen de las empresas couriers en la República Dominicana. Exponiendo sus inicios, evolución, entes reguladores, empresas asociadas, su relación con el E-commerce, el impacto que tuvo frente al COVID-19 y cada uno de los procesos logísticos que esto conlleva.

Para concluir, el Capítulo III, el cual se evalúa todos los resultados obtenidos de la investigación, presentando un análisis de las variables FODA, análisis de indicadores, e identificación de objetivos.

Capítulo I: *Generalidades de cadena de suministro y logística*

1.1 Cadena de suministro

La cadena de suministro es el conjunto de actividades, instalaciones y medios de distribución necesarios para llevar a cabo el proceso de venta de un producto en su totalidad. Esto es, desde la búsqueda de materias primas, su posterior transformación y hasta la fabricación, transporte y entrega al consumidor final. (Paula Nicole Roldán, 2017)

1.1.2 Importancia de la Cadena de Suministro

La cadena de suministro consiste en la data suministrada entre los diferentes departamentos involucrados (comercial, compras, producción, distribución, entre otros), que permite tener la información necesaria para que el proceso sea optimizado y el producto pueda llegar al consumidor final lo más rápido posible, creando así una buena experiencia fidelidad en el cliente. Una cadena de suministro que tenga sus roles correctamente definidos puede impactar exponencialmente en el crecimiento de una empresa, con el hecho de que todos los involucrados en el proceso tengan fluidez al momento de realizar su proceso le está brindando calidad al producto o servicio que se ofrece.

1.1.3 Evolución e impacto

La cadena de suministro es uno de los 10 principales problemas a los que se enfrentan los clientes, ya que el 81 % de los altos ejecutivos afirma que la cadena de suministro de su empresa es insuficiente para cumplir sus objetivos multicanal según la página web (THE LOGISTICS WORLD, 2022). Empresas internacionales utilizan la red logística de mensajería para llevar a cabo sus actividades, por ende, existe una relación

directa entre el crecimiento económico del país en términos de comercio y la cadena de suministros.

La gestión de la cadena de suministro ya no es una función empresarial oculta, sino una habilidad visual, orientada al consumidor y generadora de ingresos. Esta competencia ayuda a determinar la última experiencia del comprador. En el mercado actual, con bienes y servicios altamente estandarizados y generalizados, las empresas están recurriendo a la innovación empresarial y de servicios como la próxima frontera competitiva.

El nuevo enfoque de la cadena de suministro debe centrarse en la sostenibilidad, la maximización de las ganancias y la mejora y optimización en los sistemas. Esto implica reemplazar la cadena de suministro lineal tradicional con una red de respuesta a la demanda.

Una red de respuesta a la demanda es una red dinámica de procesos, tecnologías y negocios interconectados, que trabajan en conjunto para satisfacer la demanda de una manera sostenible. Esta se basa en algoritmos que combinan inteligencia artificial con reglas comerciales transparentes para optimizar los recursos. En estas redes, cada nodo está conectado y es inteligente, lo que permite a la empresa registrar las fluctuaciones de la demanda y determinar cómo modificar y responder a acciones únicas en el mercado.

1.1.4 Funciones de la cadena de suministro

De acuerdo al rol y la importancia que la cadena de suministro tiene dentro de una empresa, la misma hace presencia en todos los departamentos cumpliendo funciones específicas para que cada proceso pueda culminar correctamente y con este resultado poder llegar a la meta final que es optimizar todo el proceso.

Las funciones de la cadena de suministro son las siguientes:

1. Planificación de las estrategias a implementar.
2. Administración de los productos disponibles.
3. Procesamiento de los pedidos.
4. Sistemas de transporte y despacho de mercancías.
5. Control de riesgos y soluciones a inconvenientes.
6. Atención al cliente.
7. Garantías en administración de los procesos.
8. Gestión en los pagos.

1.2 Logística

1.2.1 Conceptualización

Cuando hablamos de logística nos referimos a la coordinación, gestión, almacenaje y transporte en los procesos logísticos dentro de la cadena de suministros, esta va desde el lugar de distribución hasta el cliente final. Por tanto, la logística se encarga del producto en cuanto a su inventario, transporte, almacenamiento, distribución, entrega y/o devolución.

1.2.2 La logística y sus inicios

El nacimiento de la logística se remonta a la época en que los humanos almacenaban alimentos en cuevas con el fin de tener comida durante el frío y largo invierno, gestionando lo que ahora llamamos el proceso de compras y control de inventario.

En aquella época los productos no se transportaban, por lo que el ser humano se veía obligado a vivir cerca de sitios de producción que maximizaran la rentabilidad presente y futura de la civilización, en términos de costo y eficiencia. Los romanos siempre tuvieron un logista como administrador de los recursos materiales en sus ejércitos.

En la antigüedad de la civilización occidental entre 500 y 430 años antes de nuestra era los griegos usaban el término logística para definir el tipo de razonamiento que usaban símbolos matemáticos y números. En cambio, en Atenas, los funcionarios que calculaban las necesidades del estado se llamaban logísticos.

No es hasta el 1950 que se remontan los orígenes de la evolución de la logística, caracterizado como el período de crecimiento y demanda. Para ese entonces la primera definición de "logística" se refería al suministro de municiones y armas como la principal actividad logística. Después de un tiempo, este proceso se desarrolló hasta que el concepto apareció inevitablemente en los negocios.

La logística experimentó su transformación en 1960. A lo largo de la década, los tiempos de respuesta han sido “hoy” porque los centros de distribución estaban repletos de productos demandados por el mercado, por lo que el transporte es una prioridad para el desarrollo; Incluido el transporte por carretera en Norteamérica y el ferroviario en Europa.

Los años setenta fueron la base para el desarrollo de la logística. Entre ellos apareció la Asociación Nacional de Logística y Distribución Física de los Estados Unidos, que luego se convirtió en la Junta Directiva de Logística. Antes de ese momento, la filosofía corporativa se basaba en que la demanda siempre sería el factor determinante en las ventas y las ganancias, y que las organizaciones siempre habían disfrutado de un crecimiento positivo y energía barata e ilimitada en todas partes.

Con la segunda fase de la crisis económica, en los años ochenta, la atención al cliente y la entrega a tiempo empezaron a cobrar más importancia. Como parte del desarrollo de la logística, se incrementa la productividad de las estaciones de distribución y se promueven mejores servicios de transporte. En el orden cronológico del desarrollo de la logística, este es un momento crucial porque gracias a todos estos factores, se da prioridad al aumento de la productividad a través de una mejor coordinación entre el suministro, la producción y la distribución.

En la década de 1990, apareció el concepto de globalización, las actividades internacionales cobraron importancia y las empresas multinacionales pudieron integrar y controlar las actividades internacionales. La globalización debe ser capaz de organizar procesos complejos, de modo que las compras, la producción e incluso la financiación se realicen en los países a un costo mucho menor. Esta situación global demuestra la necesidad de abordar la logística a nivel internacional, con el fin de controlar la distribución de la inversión entre diferentes países, con diferentes leyes, diferentes niveles de desarrollo, culturas y aspiraciones. (Clúster Logístic de Catalunya, 2017)

1.2.3 Tipos de logística

El tipo de logística combina muchas operaciones diferentes y complejas. Se trata de elegir proveedores y transportistas por medio de un contrato, de analizar segmentos de clientes, interactuar con aduanas, trabajar con los clientes, materias primas, almacenes e inventarios.

1.2.3.1 Logística de producción

Se realiza directamente en cualquier fábrica o taller y forma parte del proceso tecnológico. La logística de una empresa manufacturera controla el flujo de efectivo, materias primas, materiales, productos terminados y mercancías. Gracias al trabajo de especialistas en este campo se han mejorado los costes de producción. Este es precisamente el objetivo de la logística de producción.

Dentro de las funciones tenemos:

1. Análisis de la demanda de bienes, servicios y productos manufacturados.
2. Mejora continua del cronograma y plan de trabajo de todas las unidades productivas.
3. Crear y mejorar las interacciones del departamento de ventas y suministro con otros departamentos de fabricación.
4. Supervisar y ajustar los procesos de producción, si es necesario, con el objetivo de aumentar la rentabilidad.

1.2.3.2 Logística de Inventario

Está diseñada para gestionar el inventario de productos terminados y materias primas. Los profesionales de la logística que trabajan en este campo controla el volumen de todo el inventario, hacen los cálculos necesarios para optimizar los procesos en la producción. Con una logística perfectamente organizada, los productos deben fabricarse y venderse continuamente, y de esta manera no acumularse en el inventario.

1.2.3.3 Logística de transporte

La tarea principal de la logística de transporte es determinar la ruta óptima desde el lugar de fabricación y el transporte de materias primas hasta al lugar de producción. Esto sucede cuando los proveedores de materias primas y los consumidores de bienes se encuentran en diferentes partes de un país o continente. Esto también incluye la logística de carga.

1.2.3.4 Logística Aduanera

Como su nombre lo indica, esto es para regular el paso de mercancías por el control aduanero. Esta dirección logística es de naturaleza más seria, ya que estamos hablando de relaciones y procesos internacionales.

Dentro de las funciones de la logística aduanera tenemos:

1. Mantenimiento de documentos aduaneros.
2. El cumplimiento de todas las normas de control aduanero.
3. Consultar disponibilidad de la carga completa según documentos adjuntos.
4. Consultar disponibilidad de datos y cuestiones relacionadas con solicitudes de certificados de mercancías.

5. Vigilar el cumplimiento de todas las normas de la legislación aduanera y cuestiones relacionadas con el pago de derechos y tasas aduaneras.

1.2.3.5 Logística de almacén

Gestiona y controla los procesos de recepción, transporte y almacenamiento de productos terminados, materias primas y demás elementos que son parte del proceso de producción. El objetivo principal es organizar y seleccionar los lugares de almacenamiento.

1.2.3.6 Logística de compras

Es donde se regula el flujo de materias primas. Siendo el objetivo principal garantizar un proceso de producción ininterrumpido.

Los pasos para este tipo de logística son:

1. Selección de los proveedores que sean más adecuados y firmar contratos con los mismos.
2. Minimizar el costo de la compra de recursos con la probabilidad de interrupciones más mínima.
3. Organizar de una manera eficiente el suministro de materiales.
4. Reducir el costo total de los procesos logísticos.

1.2.3.7 Logística de distribución

En esta parte se controla los productos terminados para el consumidor en el proceso de distribución. En otras palabras, en este método de logística se gestionan las etapas de producción tales como almacenamiento, transporte y provisión de los recursos y materiales producidos dentro de este proceso.

La logística de distribución se relaciona sistemáticamente con los procesos de producción, suministro y control del flujo de bienes y servicios. Todas las funciones del proceso están estrechamente interconectadas. Sin embargo, dependiendo de la entidad económica responsable de la entrega, el flujo del producto final puede tomar la forma de flujo de carga o de transporte.

Capítulo II: *Empresas couriers en la República Dominicana*

2.1 Aspectos generales de las empresas couriers

2.1.1 Conceptualización

En términos generales una empresa courier se encarga de ofrecer el servicio de envío de paquetes o documentos a un precio determinado. Esta distribución puede hacerse de manera nacional o internacional según los requerimientos pautados por el consumidor.

Por ello, este tipo de servicio es particularmente útil para las personas que venden productos en línea y necesitan una solución para enviar varios paquetes. Esto puede abarcar desde vendedores de mercados en línea, como eBay, Etsy y Amazon, hasta negocios en línea nacionales e internacionales establecidos. (AFE Logistics, 2021)

Muchas empresas que se dedican al comercio electrónico a gran escala se encargan de tener un mensajero dedicado para sus entregas.

Sin embargo, dado que la mayoría de la gente está familiarizada con varias formas diferentes de entregar paquetes bajo contrato, no mucha gente sabe cómo opera un trabajador de servicio de mensajería.

El personal de un servicio de courier recibe sus instrucciones de forma presencial o por teléfono celular o radio bidireccional. Con esta información, planifican la ruta y el horario de entrega más eficientes. Algunos couriers transportan artículos solo para clientes específicos, como bufetes de abogados, instituciones financieras o laboratorios médicos. (AFE Logistics, 2021)

El mantenimiento de registros precisos es necesario para realizar un seguimiento de las entregas, los pagos, las firmas y otra información importante. Esto es especialmente aplicable en los courier autónomos. Debido a que interactúan con frecuencia con los clientes, deben ser corteses, educados y estar listos para responder las preguntas de estos sobre entregas, pagos y otros problemas. (AFE Logistics, 2021)

2.1.2 Características

El auge que trae consigo el comercio electrónico o compras por internet se ha convertido en una fuerza dominante en toda la cadena de suministro global, aumentando la importancia de esta función en casi cualquier negocio, y más aún para aquellos que envían mercancías. La demanda de los consumidores requiere de una entrega rápida y gratuita con una cadena de suministro muy flexible.

El proceso para seleccionar la compañía courier al momento de realizar una compra por internet se basa en:

1. Debes elegir una página web de confianza para realizar la compra. A continuación, elige el artículo, y las características del mismo antes de comprar.
2. Una vez que esté seguro de lo que quiere comprar, vaya a "Enviar un pedido" donde se procesa el pago y registre la dirección de la empresa de mensajería que recibirá y enviará su paquete. En este paso también puedes elegir la hora en la que quieres que el pedido llegue a tu empresa de mensajería.
3. Una vez que la tienda entregue su paquete a la empresa de mensajería, éste será enviado al destino final. El tiempo que debes esperar depende del servicio que hayas contratado.

Si el valor total del pedido supera los \$200, su pedido estará sujeto a impuestos en la República Dominicana y el monto a pagar dependerá del tipo de artículo adquirido.

4. Cuando recibas el paquete, deberás pagar los gastos de envío (la empresa de mensajería te dará el precio en libras) y los gastos de aduana, si los hubiere.

Para saber si comprar un artículo en línea es mejor, debe considerar su peso, valor y si vale más de \$200. Si al momento de sumar todos los costos, vale menos que en el mercado dominicano o si no lo encuentras en el país, entonces tienes que comprarlo en línea.

2.1.3 Importancia

La población dominicana ha elevado su demanda en las empresas courier después de la pandemia del 2019, después de este periodo se ha notado más la importancia necesidad del servicio que los couriers brindan para facilitar la vida del usuario.

El mayor beneficio que tiene este servicio es que tiene la facilidad de tener toda la información necesaria de la compra realizada en un solo lugar, es decir, toda la data relevante como el peso, la ubicación / estado del paquete, y la fecha de llegada al país puede ser proporcionada por la empresa courier a la que el cliente esté suscrito.

2.2 Los couriers y el E-Commerce

El E-commerce o comercio electrónico son las transacciones de compraventa que se realizan exclusivamente a través del internet, incluyendo dentro de su proceso el pago electrónico, dígame, con tarjeta de crédito o dinero electrónico también llamado e-money, los más populares en la actualidad son PayPal y Bitcoin.

El mercado digital de la República Dominicana ha crecido considerablemente estimulando todas las actividades que se puede hacer con esta herramienta, cada día es más fácil adaptarse a este tipo de cambio, ya que esto trae consigo facilidades en la vida cotidiana de cada usuario.

Los Couriers han estado modificando y actualizando sus procesos al mismo paso de que la tecnología avanza, usando el comercio electrónico a su favor y así poder maximizar los servicios que pueden ofrecer a sus usuarios, es importante destacar que este tipo de seguridad y facilidades es lo que el usuario busca al momento de adquirir un servicio.

La que ampara el E-commerce en República Dominicana es la Ley No. 126-02 del año 2002. Esta ley define el comercio electrónico como toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más documentos digitales o mensajes de datos o de cualquier otro medio similar

2.3 Antecedentes de las Empresas couriers en República Dominicana.

Ambiente global

Entre los siglos XVII y XVIII, el sistema de intercambio de correspondencia era regularizado por acuerdos entre las naciones de los distintos países, pero a medida que fueron pasando los tiempos esta actividad se volvió más compleja, creando un impedimento por los acuerdos estipulados entre las naciones, evitando que se entreguen con mayor rapidez. No obstante, en el siglo XIX, da inicio la idea de Sir Rowland Hill, llevando a cabo un nuevo proyecto de uniformizar el tamaño de las cartas, mejor conocido como creación de estampilla postal. Del mismo modo, en 1863, solicitado por

el General Blair, se convoca a una conferencia en París, Francia para acordar los principales tratados postales, pero solo llegaron a unir algunos acuerdos por separado y no establecer un sistema postal universal.

El día 15 de septiembre de 1874, se convoca nueva vez una conferencia en Berna, Suiza a responsabilidad de Heinrich von Stephan, quien trae a la mesa la propuesta de crear una organización que regule el correo mundial. A virtud de esta conferencia el 9 de octubre de 1874, se juramentó la Unión Postal General, siendo este mismo día en la actualidad, el día mundial del servicio postal. El nombre fue cambiado a Unión Postal Universal en 1978. Posteriormente, pasó a ser un organismo especializado de las Naciones Unidas, por un acuerdo que entró en vigor el 1 de julio de 1948. (cargaacolombia, s.f.)

La Unión Postal Universal (U.P.U), tras ser establecida oficialmente en 1874, está la convierte en la segunda organización mundial más antigua. Siendo el principal foro de cooperación entre los actores del sector postal con el propósito de garantizar una red universal en sus productos y servicios. Esta cuenta con 192 miembros, que en conjunto tratan de establecer las reglas para los intercambios postales internacionales y hacer recomendaciones para estimular el crecimiento de los volúmenes de correo, paquetería y servicios financieros para mejorar la calidad del servicio para los clientes. (Unión Postal Universal, s.f.)

El correo expreso o Courier, tiene sus antecedentes en los Estados Unidos desde la década de los 60' a finales de los años 70', siglo XX, esto surge con una desregulación de los servicios de carga aérea que ha persistido ampliamente hasta la fecha.

Las empresas de correo expreso atendieron a la necesidad de entregas garantizadas y en plazos establecidos el cual no podían ser efectuadas por los servicios postales.

Según (Querembás, Jorge Arturo Castro, 2020) en el auge actual los Couriers suelen estar ligados con sistemas de compra y venta de productos en línea, por esa razón estos sistemas buscan la manera de conectarse con medios de comercio electrónico para así realizar una implementación exitosa, en la coyuntura y crecimiento empresarial de los Couriers.

Debido al surgimiento de los avances tecnológicos y, por lo tanto, la mejora del antiguo método de envío, este desarrollo permite un reenvío de correo más rápido de un lugar a otro.

Debido a este servicio, las empresas de mensajería han experimentado un gran auge y desarrollo, gracias a la facilitación de sus operaciones y actividades, tanto así que les permite enviar y recibir documentos y paquetes para uso de personas y empresas a gran escala.

Antecedentes de los couriers en la República Dominicana

Las empresas courier en sus inicios operaban bajo las leyes del Decreto No.197-91, 15 de mayo del 1991, gobierno de Joaquín Balaguer, luego derogado por el Decreto No.406-91, el cual autoriza a la sociedad de empresa courier a realizar la unificación de sus operaciones de importación, exportación y envío y recepción de documentos vía courier.

Es así como el cofundador de ASODEC (Asociación Dominicana de Empresas Courier), Jorge Merette incorpora en 1989 la primera empresa courier del país, UPS, por sus siglas en inglés, United Parcel Service, empresa transportista aérea internacional fundada en 1907.

En 1993, las principales empresas courier del país deciden agruparse para formar lo que hoy en día es la Asociación Dominicana de Empresas Courier, con el fin de fomentar la mensajería expreso internacional y defender sus intereses.

Para el año 2004 luego de la firma del acuerdo DR-CAFTA, es cuando la República Dominicana acogió el despacho de mercancía expreso, con la visión del futuro impacto que creará el comercio electrónico entre las partes del acuerdo. Para 2005, el presidente Leonel Fernández, aprueba el Decreto No. 402-05, el cual certifica oficialmente el reglamento del despacho expreso de envíos.

2.4 Aspectos legales de las empresas couriers en la República Dominicana.

El objetivo de la Dirección General de Aduanas es ser un ente facilitador de comercio con el resto del mundo, es por esto que es la institución responsable de acreditar y certificar por medio de licencias a las empresas de transporte expreso internacional para sus operaciones.

Para operar como empresa de transporte expreso internacional, debe tener los siguientes requisitos, ser una persona jurídica, y actuar solo para terceros, esto quiere decir que sus servicios deben ser brindados a sus operadores del comercio, esto aplica tanto para exportaciones como importaciones, exceptuando los casos para su uso particular o

transporte de mercancía de su propiedad, sin fines de comercialización. Para operar oficialmente requieren estar registradas y autorizadas por la Dirección General de Aduanas por medio de una licencia de operación.

Viendo el desarrollo y el impacto que han tenido las empresas de envío internacional, tanto a nivel nacional como mundial, se ve la necesidad de la creación de medidas con el fin de regular las operaciones. Es así como el país se ve en la necesidad de elaborar un sistema legal y jurídico de este sector económico, siendo este el Decreto No. 402-05.

Este decreto fue aprobado en el año 2005, por el entonces Presidente de la República Dominicana, Dr. Leonel Fernández Reina, el cual autoriza de manera oficial el Reglamento para Despacho expreso de envíos, el cual está formado por 73 artículos.

Según el (Gobierno de la República Dominicana, 2005), el artículo no. 4 del Decreto No. 402-05, Las mercancías susceptibles de ser atendidas por el servicio de Aduanas en trámite de despacho expreso, se clasificaron en las siguientes categorías:

- ❖ **Categoría A:** Correspondencias y documentos.
- ❖ **Categoría B:** Envíos de bajo valor, libres del pago de derechos e impuestos. Se ha establecido un valor mínimo (mínimos) de mercancía, valor FOB de US\$200.00.
- ❖ **Categoría C:** Envíos de bajo valor, sujetos al pago de derechos e impuestos. Desde US\$200.00 hasta US\$2,000.00, valor FOB, monto definido para el pago de impuestos de mercancías.

- ❖ **Categoría D:** Envíos de alto valor o sujetos a restricción que requieren del cumplimiento de procedimientos aduaneros (autorizaciones, permisos, exoneraciones), necesarios para la desaduanización de mercancías.

2.5 Empresas que regulan las empresas couriers en República Dominicana.

Las empresas del sector de correo expreso están supervisadas bajo un conjunto de instituciones que regulan el buen funcionamiento de las mismas, como:

- *La Dirección General de Aduanas (DGA)*, organismo estatal de gestión en la frontera, sus responsabilidades no son solo el cobro de deudas, sino también el garante de la salud de las personas y la seguridad del estado, ya que este organismo tiene la obligación de solicitar todos los trámites durante la importación y exportación de mercancías. y autorizaciones requeridas por otras autoridades, según el asunto de que se trate, en todo momento de conformidad con las leyes, reglamentos y leyes, con integridad y disposición de servicio.
- *ASODEC (Asociación Dominicana de Empresas Couriers)*; fundada el 21 de junio de 1993, reúne las principales empresas de Courier del país, las cuales están comprometidas con el desarrollo del sector de transporte expreso internacional de paquetería y cargas, y con la competitividad del comercio nacional e internacional, unión que se ha destacado por el beneficio a las empresas industriales, comerciales, de zonas francas, sector agrícola, bancos, hospitales, empresas de servicios, y el sector gubernamental por sus comprar urgentes, las cuales transportamos de manera eficiente. (ASODEC, 2022)

ASODEC reúne a las principales empresas de Courier del país, las cuales están comprometidas con el desarrollo del sector y la competitividad del comercio nacional e internacional.

Según la publicación de (Revista Mercado , 2021), la ASODEC está formada por 74 empresas transportista de envío internacional autorizadas, de las cuales se destacan:



1. AEROPAQ: Esta compañía cuenta con 19 sucursales en el país, de las cuales 15 están ubicadas en Santo Domingo, uno en San Francisco de Macorís, otra en San Pedro de Macorís y dos oficinas en la ciudad de Santiago. La empresa ofrece servicios de paquetería, carga aérea y marítima, con transporte de paquetería personal y empresarial, desde y hacia cualquier parte del mundo.
2. TAINO EXPRESS: Empresa global de courier, carga aérea y marítima. Abarca los mercados cubriendo todos los servicios relacionados con la importación. Desde sus oficinas en distintas partes del mundo controlan sus compras para entregarlas en Santo Domingo y en Santiago entre 24 y 72 horas.
3. BMCARGO: Esta empresa cuenta con 37 sucursales en el país, distribuidas en Bávaro; Higüey; La Romana; Punta Cana; San Pedro de Macorís; Baní, San

Cristóbal, San Juan de la Maguana, Bonao, Cotuí, La Vega, Moca, Puerto Plata, San Francisco de Macorís; Santiago; Sosúa y 20 centros en Santo Domingo. Ofrece a sus usuarios servicios de paquetería, carga aérea, entrega en aeropuertos y pasajeros a bordo o hand carrier, entre otros.

4. DHL: Compañía de couriers fundada en 1969. Esta entidad tiene tres áreas de operación: vía correo, finanzas y express y logística. Dentro de sus servicios, se destacan transporte de carga, soluciones de cadena de suministro, transporte aéreo, marítimo, terrestre y ferroviario; soluciones de almacenamiento desde packaging hasta reparaciones y depósito; envíos postales internacionales y otros servicios logísticos personalizados.
5. EPS: Entidad de servicio que ofrece transporte de mercancías desde y hacia distintas partes del país, con direcciones físicas en Miami, Nueva York, Europa y Asia. EPS opera en la República Dominicana desde 1989 y, en la actualidad, cuenta con 52 oficinas en el país. Dentro de los servicios que ofrece, se destacan EPS priority, EPS next day, carga, compras por catálogo y envíos internacionales.
6. FEDEX: Compañía estadounidense dedicada a la carga aérea y logística con cobertura internacional fundada en 1971, por Fred Smith. Fedex ofrece los servicios de paquetes, servicios internacionales y opciones adicionales de envíos. Cuenta con una sede en República Dominicana ubicada en Santo Domingo.
7. PICK N' SEND: Empresa de envío dedicada al transporte de mercancías y paquetes desde Miami hacia República Dominicana. En su catálogo ofrece servicios: VIP (Very Important Package), carga aérea regular; carga marítima;

seguro de mercancías, así como pick up en cualquier parte de Estados Unidos; envió de paquetes desde y hacia todo el mundo; servicio puerta a puerta; compras por internet y catálogos. PickNSend cuenta en el país con 13 sucursales distribuidas entre Santo Domingo, Santiago, La Vega, Higüey, La Romana, San Francisco de Macorís, San Pedro de Macorís, Moca, Mao, Bávaro, Villa Altagracia y Sosúa.

8. VIMENPAQ: Compañía de envío que forma parte del Grupo Vimenca. Esta empresa tiene más de 18 años ofreciendo soluciones de transporte de paquetería, carga y correspondencia desde y hacia el exterior del país. Cuenta con alrededor de 100 oficinas en todo el territorio nacional, cuya sucursal principal está ubicada en Santo Domingo. Vimenpaq en su catálogo de servicios ofrece a sus clientes soluciones tipo couriers a nivel mundial y servicio de casilleros en Estados Unidos.
9. DOMEX: Empresa fundada en 1994 que ofrece los servicios de gestiones operativas, de mensajería y distribución de documentos, logística, paquetería y carga liviana en todo el territorio nacional. Además, ofrece compras internacionales, tracking de paquetes, valijas y paquetes especializados, entre otros. Domex tiene su oficina central en Santo Domingo.
10. CPS: Es una empresa de courier y mensajería enfocada en la Innovación y Confiabilidad que busca siempre la optimización de su servicio Poseen unas 40 sucursales y distribuidores autorizados a nivel nacional.
11. JETPACK: Empresa de servicio de transporte internacional de carga, paquetería y correspondencia caracterizada por un manejo logístico internacional. La

empresa es para la recepción y envío de todas sus correspondencias y paquetes, desde y para Estados Unidos o cualquier otra parte del mundo.

12. ACC: Empresa dedicada a transportar documentos, paquetes y carga general, desde y hacia cualquier parte del mundo. Cuenta con siete sucursales en nuestro país.

13. LIBERTY EXPRESS: Cuenta con una experiencia de 17 años en el manejo y traslado de paquetes y encomiendas. Está presente en más de 200 sucursales y puntos de recepción a nivel internacional en 16 países diferentes. Entre ellos, República Dominicana.

2.6 Asociación Dominicana de Empresas Couriers (ASODEC)



Las compras en líneas crecen constantemente y en República Dominicana son cada vez más los usuarios que adquieren productos por medio de esta vía.

La Dirección General de Aduanas (DGA) posee un registro de 73 empresas de courier autorizadas para operar en el país, de este grupo solo el 38%, es decir 28 proveedores, están registrados en la Asociación Dominicana de Empresas Courier (ASODEC). (Álvarez, 2019)

De acuerdo con el presidente de ASODEC, Luis Valdez, aproximadamente 800,000 suscriptores están registrados en estas compañías. (Álvarez, 2019)

ASODEC es una asociación que reúne a las principales empresas couriers de República Dominicana comprometidas con el desarrollo continuo del sector servicios brindando seguridad y eficacia en su trabajo.

ASODEC es miembro del Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP) y de la Conferencia Latinoamericana de Compañías Express del Caribe (CLADEC), fundada en 1991, que representa a la industria de entrega de paquetes expresos de América Latina y el Caribe, en pos de facilitar los envíos a través de aduanas, trabajando con los gobiernos de la región para ayudar a los países abiertos al mercado mundial, a crecer en sus economías y crear empleos bien remunerados. CLADEC está compuesta por 22 asociaciones en América Latina, así como empresas de entrega expresa importantes. (ASODEC, Asociación Dominicana de Empresas Courier , 2022)

Miembros de la Junta Directiva de ASODEC

LUIS VALDEZ (CPS) PRESIDENTE		
DINO MENICUCCI (EPS) SECRETARIO	JUAN GINEBRA (JETPACK) TESORERO	
OCTAVIO FONSECA (DHL) DIRECTOR	RADAMES CALLADO (Fedex) DIRECTOR	ALEXIS TRONCOSO (TAINO EXPRESS) DIRECTOR
LUIS ROJAS (BM CARGO) DIRECTOR	JOSE VELA (MAIL BOXES) DIRECTOR	CESAR VILLANUEVA (DOMEX) DIRECTOR
JOSE BURDIE (UPS) DIRECTOR	CARLOS MEJIA (AEROPAQ) DIRECTOR	TOMAS BERRIDO (BPS) DIRECTOR

Fuente: Página Oficial Asociación Dominicana de Empresas Couriers (ASODEC)

2.7 Impacto de la Pandemia 2019 en las empresas couriers.

República Dominicana no es un país que tiene como costumbre realizar compras por internet, con el paso de los años el número de personas que están practicando este tipo de servicio ha aumentado exponencialmente.

En consecuencia, a la pandemia el país se vio en una situación crítica donde tuvo que cerrar, esto obligó a los consumidores a utilizar el mecanismo de logísticas de las compras por internet y el uso de las empresas de paquetería expreso en general con todos los servicios que ofrecen.

Es sorprendente la evolución que ha tenido el servicio de paquetería posterior a la pandemia, gracias a esto el comercio electrónico local se ha desarrollado de manera notable, causando un crecimiento significativo en las plataformas de compra que se han surgido en los últimos años. La logística que ofrecen las empresas couriers es la ideal para las personas que en su momento no tenían la posibilidad de salir de sus casas y querían recibir sus paquetes en buen estado y con la seguridad que los couriers te ofrecen al momento de adquirir sus servicios. Cada día se aprecia más la presencia de las compañías que ofrecen este servicio en el mercado del país.

El presidente de la Asociación Dominicana de Empresas Couriers señala que los couriers en RD han ido evolucionando con el avance de la tecnología. “De empresas pequeñas y con un servicio lento a empresas con alto sentido de la urgencia, con actualización instantánea según avanza la tecnología”. (Álvarez, 2019)

2.8 Procesos logísticos de importación

2.8.1 Recepción

Según el (Council of Supply Chain Management Professionals, CSCMP, 2008), la definición de procesos logísticos es “planear, implantar y controlar procedimientos para el transporte y almacenaje eficientes y efectivos de bienes, servicios e información relacionada, del punto de origen al punto de consumo, de acuerdo con los requerimientos del cliente”.

Por lo tanto, las operaciones logísticas son todas las actividades que aseguran una coordinación fluida entre el transporte y la distribución de mercancías, así como la producción de productos.

Para el comercio electrónico, la logística es un aspecto que debe planificarse cuidadosamente. Los clientes de hoy necesitan un servicio de envío eficiente y rápido para aumentar su satisfacción de compra.

El proceso de recepción es una de las operaciones más importantes en el almacén ya que es el inicio del movimiento de mercancías. Mal gestionado, es el punto de partida de muchos errores que luego aparecen en el inventario y limitan la productividad.

La recepción de mercancías es más que simplemente ingresar un pedido proveniente de un proveedor.

Es un proceso que implica una serie de tareas las cuales podemos agrupar en cuatro bloques principales:

- Planificación e información
- Descarga y gestión de los muelles de carga
- . Control de calidad de la mercancía
- Etiquetado, consolidación y emplazamiento de la mercancía

En conclusión, la recepción es la actividad mediante la cual se planifica la entrada, gestión, descarga y verificación de la mercancía, asegurando que esta llegue tal y como fue solicitada. Para agilizar la recepción de mercancías, es fundamental tener un buen manejo de la información y que todas las partes implicadas tengan una comprensión clara de los pedidos esperados y sus tiempos de llegada para que de esta forma se reduzcan o eliminen los márgenes de errores.

2.8.2 Almacenamiento

El almacenamiento es la actividad dentro de los procesos logísticos donde se almacena toda la mercancía antes de finalizar la venta, por lo que es necesario integrar y controlar el proceso de mantenimiento de inventario. En esta fase se controla de manera física y se mantienen todos los bienes inventariados almacenados de forma segura.

Los procesos de almacenaje cuentan con objetivos precisos, tales como:

- Organización de la mano de la obra
- Reducción de costes
- Rapidez en las entregas

- Garantizar el acceso a las mercancías cuando sean solicitadas
- Minimizar las operaciones de transporte
- Optimizar el espacio del almacén

Básicamente, el almacenamiento tiene sus propias bases organizativas y áreas de negocio específicas que giran en torno a objetivos comunes. Saber dominar procesos tales como recibir, almacenar, preparar y despachar mercancías no es fácil, y más en el panorama logístico actual, donde el cambio y los nuevos hábitos de compra están transformando la forma de operar de los minoristas.

2.8.3 Inventario

El Inventario forma parte del éxito de las empresas, cada empresa cuenta con una determinada cantidad de inventario, cuyo monto dependerá de las políticas y ventas de la misma. Aunque no se trata solo de obtener stock, se trata de controlar el movimiento o la rotación.

La función básica del inventario no es más que el almacenamiento de productos que debe comprar el consumidor final para su uso. Además, debe haber consumibles y activos fijos que sean necesarios para el funcionamiento del negocio. Si el producto no se encuentra disponible cuando el cliente lo solicita, se perderán ventas y posiblemente ventas futuras. Por otro lado, si hay una cantidad muy grande del producto en cuestión, los costes de oportunidad de invertir capital innecesariamente en dichas mercancías aumentarán exponencialmente.

Las empresas cuentan con un sistema de inventario para poder prepararse en situaciones de incertidumbres, mantener el balance adecuado de existencias en los almacenes y evitar perder una venta por no tener suficiente inventario.

Los inventarios poseen funciones específicas como dar a conocer a la empresa su valor comercial, el de su producto y que podrían necesitar en el futuro. Además de brindarle la seguridad que, en caso de una pérdida total, mediante el examen del inventario, es posible acreditar pérdidas pre aseguradas que brindarán protección a la empresa. Permitiendo de esta manera satisfacer las necesidades de los consumidores, convirtiéndose en la mejor estrategia de marketing para fidelizar clientes y atraer nuevos.

2.8.4 Compras

Las compras tienen como objetivo obtener los bienes y servicios que necesita la empresa y garantizar que se proporcionen en la cantidad, el tiempo, la calidad y el precio requeridos.

“Pero para lograr una gestión de compras eficiente debe quedar bien identificada la cadena de suministros de la entidad. Para lograrlo, las empresas deben involucrar en su estrategia, el tránsito por un camino de tres etapas: la integración funcional de cada área de la organización, la integración interna entre las áreas funcionales formando una cadena de suministro interna y la integración externa entre los proveedores, la cadena de suministro interna y los clientes” (CHRISTOPHER, 1998).

Al momento de comprar materiales, se debe tener en cuenta: que el material sea adecuado para el uso previsto o para un procesamiento posterior a su transformación, la cantidad de materias primas a adquirir de acuerdo con la producción esperada y la demanda del mercado. El momento de la compra depende de la gestión del inventario y de las condiciones del mercado.

Una gestión de compras eficaz es esencial para el éxito de cualquier corredor. Las tendencias actuales en la gestión de compras son:

- Encontrar y buscar activamente proveedores
- Aumentar la información de productos, costes y proveedores que trata el departamento de compras
- Reducir el número de proveedores
- Cooperar y coordinar con los proveedores para reducir costos

Las compras forman parte de un aspecto relevante de la cadena de suministro, que está vinculado a un conjunto de procesos logísticos que deben coordinarse para mantener un flujo óptimo de bienes y servicios. Esta operación debe programarse cuidadosamente para que todas las operaciones logísticas funcionen correctamente.

2.8.5 Transporte

El transporte en logística se refiere al movimiento de mercancías mediante todas sus formas conocidas: aérea, marítima y terrestre, en las que se transportan insumos, materias primas y productos terminados de un punto a otro según sea necesario.

Si analizamos estos tres modos de transporte de productos, podemos determinar que el flete aéreo lo brindan las aeronaves cargueras o comerciales, y el flete marítimo lo brindan los buques cargueros, ya sea carga a granel (bulk cargo) o contenedores, como el transporte terrestre por buques cargueros. Además de camiones de todo tipo y tamaño. Todo lo anterior forma parte de los movimientos de la cadena logística de suministros.

El uso de los diferentes modos de transporte dependerá inevitablemente de tres variables básicas: la distancia entre el punto de origen y el de destino, la fuente de suministro del transporte y el destino final del medio de transporte.

2.8.6 Distribución

La distribución de mercancías es un elemento del proceso logístico en general. Sin embargo, no constituye en sí mismo todo el proceso logístico, y es importante definirlo claramente y distinguirlo del resto de las actividades logísticas, que se realizan en conjunto, ayudándole a brindarle al cliente el producto que necesita en términos de tiempo y forma en que se lleva a cabo.

La distribución de mercancías no se trata solo de entregar el producto final al cliente, sino que es un proceso que afecta a toda la cadena de suministro, ya que dentro de la empresa también debe realizarse el transporte terrestre. Este proceso está relacionado con la logística de almacén o recepción de suministros desde el fabricante hasta el distribuidor.

De esta forma, es necesario implementar tecnologías que aseguren la localización precisa y la trazabilidad del producto a lo largo del proceso.

Así mismo, la automatización de este tipo de procedimientos, por ejemplo, mediante la integración de sensores y etiquetas tanto en la cadena de distribución como en los propios productos, son ahora elementos básicos comunes a la mayoría de los negocios del sector logístico.

Por otro lado, es igual de importante que la mercancía se entregue de la forma más eficiente posible, ya que la satisfacción del cliente también dependerá de que el producto llegue en el tiempo estimado. Por ello, la puesta en marcha de medidas que contribuyan al fomento de la distribución es uno de los pilares fundamentales en la distribución de mercancías.

2.9 Servicio post-venta

El servicio postventa se refiere a todas las operaciones que tienen lugar después de la finalización de la venta. Su objetivo es asegurar una buena experiencia a los compradores y así asegurar su fidelización. Toda empresa debe tener un servicio postventa acorde con el producto o servicio que ofrece.

Existen formas de proveer un servicio postventa de una manera eficiente para de esta manera garantizar la fidelidad y aceptación de los clientes:

- Pedir opinión a los clientes.
- Conocer cuáles elementos de venta son mejorables.
- Ofrecer descuentos.
- Contactar con antiguos clientes en fechas importantes.
- Contar con un servicio de atención al cliente capaz de resolver los problemas en el momento que sea requerido.

El servicio postventa se centra principalmente en garantizar una buena experiencia del cliente. No obstante, estas buenas prácticas serán siempre escalables y adaptables a cada tipo de negocio, asegurando un servicio postventa óptimo en cada caso.

Capítulo III: *Análisis de optimización de los procesos logísticos en los couriers de la República Dominicana*

3.1 Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) de los procesos logísticos de los courier en la República Dominicana.

Al mismo tiempo luego de ver los avances que ha tenido el sistema de correo a nivel internacional, el desarrollo de este sector ha permitido la unificación del mundo mediante la paquetería y servicios expreso. No obstante, en la República Dominicana ha tenido un gran impacto ya que ha permitido enlazar nuestro país con otras regiones, dando cobertura a los clientes de adquirir productos de importación de nación extranjera. Agregando que la mayoría de empresas couriers tienen domicilio en depósitos extranjeros comúnmente en los Estados Unidos, teniendo presencia en nuestro país couriers internacionales como lo son DHL, FedEx y UPS.

Con esto queremos determinar qué objetivos quieren lograr cada variante involucrada de los couriers dominicanos identificando lo que afecta y mejora en mayor o menor medida de sus operaciones logísticas para alcanzar sus propósitos organizacionales.

Según (Huertas, 2020) el análisis FODA o DAFO es una herramienta clave para hacer una evaluación pormenorizada de la situación actual de una organización o persona, sobre la base de sus debilidades, fortalezas, y en las oportunidades y amenazas que ofrece su entorno. Esta metodología de trabajo fue inventada en Estados Unidos en los años setenta por Albert S. Humphrey.

En función de esta, se debe tomar en cuenta los factores de microeconómico y macroeconómico para mayor profundidad de comprensión, de esta forma se busca tener mayor conocimiento de la situación actual de los procesos logísticos y analizar el panorama actual de cada courier en sus aspectos internos y externos.

Cabe mencionar que, este objetivo es imprescindible para lograr determinar, pronosticar y poder tomar una decisión, asimismo, de tener en conocimiento cual es el entorno de la empresa y cuáles son las amenazas y oportunidades, e internamente saber su fortaleza o debilidades con el objeto de poder hacerle frente a cualquier situación amenazante. (Riquelme Leiva, 2016)

Fortalezas

Se entiende por fortalezas a todo factor interno propio de la empresa o persona que favorece el cumplimiento de sus objetivos. Por lo que a continuación expresaremos las fortalezas encontradas en los procesos logísticos y organizacionales que tienen los couriers dominicanos.

1. Cobertura nacional, los couriers dominicanos están localizados mediante sucursales en las distintas provincias de la República Dominicana. De igual forma en cada una de estas ofrecen sus servicios a los usuarios, lo cual permite mayor alcance del servicio a nivel nacional.
2. Precios asequibles y competitivos.

3. Diferentes tipos de servicio para ofrecer a todo público, dígase envío y recepción de documentos y paquetes, carga marítima, compras online, etc.
4. Páginas web y aplicaciones móviles de fácil uso y atractivas para los clientes.
En estos pueden interactuar con el personal, visualizar los estados de sus paquetes, ver las prealertas, calculadora de libras y seguimiento de su encargo.
5. Infraestructuras físicas y de alto nivel de tecnología.
6. Rapidez y eficiencia en sus servicios.
7. Alta cartera de clientes.

Oportunidades

Se le conoce como "oportunidades" a la identificación de factores no controlables que favorecen a la empresa u organización para alcanzar sus objetivos. En lo siguiente se define las oportunidades encontradas para el sector de paquetería expreso:

1. Alta demanda de los servicios, en la actualidad, la República Dominicana representa un incremento en el uso de las empresas courier debido a las compras online, reportándose con un 7.9 % para el año 2020. (Revista Mercado , 2021)
2. Aumento de cartera de clientes.
3. Plataforma para creación de PYMES.
4. Enfoque a grandes empresas.
5. Credibilidad en el sistema de envío, teniendo como objetivo la persuasión y fidelización de los clientes con la empresa courier.
6. Actualización de sistemas y tecnologías.

7. Diversificación de sus servicios, con esto se busca la captación de nuevos clientes de índole más privatizada.
8. Creación de programa de crédito para clientes de envíos masivos.
9. Optimizar los procesos, de modo que se puedan reducir los costos y el cliente pueda obtener su envío lo más pronto posible.
10. Incrementar el grado de satisfacción al cliente, corrigiendo los errores para así aumentar los comentarios positivos de los clientes.

Debilidades

Como contraparte de las fortalezas, se define como "debilidades" a los factores controlables de la empresa u organización que afecta a nivel operacional el cumplimiento de sus objetivos. Con este análisis se pretende encontrar las variables que afectan al funcionamiento de los couriers, siendo esta una desventaja tanto competitiva como estructural, a continuación, las debilidades encontradas:

1. Precios variantes en los costos de las libras, cada empresa courier representa costos distintos en cuanto al precio de sus servicios. Tomando en cuenta las siguientes variables: Tasa por servicios, flete, seguro, ITBIS, combustibles, etc.
2. Bajos niveles de clientela, a lo largo del tiempo las empresas couriers han aumentado en cuanto a presencia del mercado, pero esto también involucra a lo que es el conocimiento de los usuarios, ya que si no conocen la empresa no tendrá el alcance que quieren lograr.
3. Falta de publicidad en los medios de comunicación masivo.

4. Atrasos de pedidos.
5. Deficiencia en servicio al cliente.
6. Falta de inversión en tecnologías para optimizar los procesos.
7. No contar con suficientes locales para dar los servicios a los consumidores.
8. Salarios competitivos.

Amenazas

Según (Humberto Ponce Talancón, 2007) *“Las amenazas son lo contrario de lo anterior, y representan la suma de las fuerzas ambientales no controlables por la organización, pero que representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales.”* Con esto identificamos las variables externas que afectan directamente a las empresas courier.

1. Volatilidad de la tasa del dólar, esta variable puede afectar significativamente a la empresa, ya que puede traer un desbalance en las finanzas y costo de la empresa.
2. Aumento parcial de la competencia, el aumento de esto es bueno en parte, debido a que incrementa el desarrollo del sector, pero esto también tiene las consecuencias de los factores competitivos a nivel interno, dígame: precios, tarifas por servicios, acceso a plataformas, etc.
3. Incremento de combustibles
4. Nuevas regulaciones del despacho expreso.

5. Aumento de los precios, esto influye directamente a los clientes debido a que este es el factor más común por el cual escogen una empresa courier.
6. La consolidación de las empresas en el mercado.
7. Competencias desleales para ahorrar costos frente a malas prácticas.

3.2 Análisis del objeto de estudio.

En efecto al identificar las áreas que están involucradas con las empresas del sector de paquetería expreso, nuestro objetivo es implementar y sugerir nuevas estrategias para hacer más óptimo y eficiente los procesos logísticos de estas, partiendo del análisis de sus actividades operacionales y el desarrollo del mismo en el país determinando si afectan o no al mismo.

Por lo tanto, debemos saber que cada paso es esencial en el proceso logístico de la paquetería expreso, desde su recepción a la entrega de paquetes, en esto podemos determinar oportunidades de mejora como es la reducción de costos en sus operaciones, optimizar el tiempo de entrega e implementación de indicadores por desempeño.

Cada parte es esencial, desde la preparación de los empleados, las aplicaciones utilizadas en los procesos, la documentación emitida y los tiempos en entrega de esta, la contratación de personal externo como agentes aduaneros, sistemas impulsores de ventas, redes sociales, las actividades están conectadas entre sí, y se deben mantener en constante mejora, actualización y búsqueda de nuevas tecnologías, en este mercado competitivo.

El objetivo principal de esta es dar a conocer y profundizar el servicio de cada empresa courier, de modo que los clientes tengan una buena elección al momento de requerir de sus servicios creando una fidelidad cliente-empresa, para así mantener en constante mejoría, actualización, nuevas tecnologías y creación de pequeñas empresas con estos servicios.

3.3 Evaluación de indicadores de desempeño logístico.

En su publicación (Armando Valdés, 2021) nos dice que los KPI o métricas de logística son indicadores de desempeño usados por las empresas para medir, rastrear y optimizar sus procesos logísticos. De modo que permiten eliminar los errores en el flujo de entrega de bienes, reducir costos, potenciar la rentabilidad y mejorar la productividad de los empleados. Esto es fundamental y básico para medir el desempeño de los procesos logísticos, permitiendo conocer la probabilidad del comportamiento futuro del proceso y eliminar los errores que puedan presentarse en el flujo de la operación de la cadena de suministro.

Es importante saber identificar, calcular e implementar los indicadores de gestión logísticos de manera detallada, ya que cada proceso tiene el fin de conocer su funcionamiento y comportamiento en sus actividades diarias, determinando el margen de ganancia o pérdida que tiene la empresa con el propósito de reflejar lo que sucede con cada proceso con relación a su eficiencia, productividad y optimización.

Del mismo modo en la cadena de suministro debe ser primordial la implementación de estos indicadores, ya que permiten cuantificar la eficiencia de los procesos logísticos, lo cual conlleva a una mejor toma de decisiones y mejora en la empresa.

A continuación, se hará una breve explicación de los KPI aplicables para los procesos logísticos de las empresas couriers. Estos indicadores son referencia de los autores: Ing. Luis Aníbal Mora y el Prof. Armando Valdés. (Luis Anibal Mora García, 2022); (Armando Valdés, 2021).

3.3.1 Indicadores de producción e inventarios.

Este indicador tiene como métrica los movimientos de los materiales y el reaprovisionamiento de sus productos. Sin embargo, en las empresas courier es un factor clave, ya que con esto se determina el nivel óptimo de la cadena de suministro en función de sus servicios y costos operacionales de la empresa. Entre los indicadores a utilizar están:

- **Capacidad de producción utilizada:** Tiene como objeto controlar la capacidad que se utiliza, para así lograr una mejor utilización de sus instalaciones. El cálculo es en porcentaje y se realiza de manera mensual por el Jefe de operaciones de la empresa. Se determina: *Capacidad utilizada / Capacidad máxima de recursos*.
- **Duración del inventario:** Con este se busca determinar la duración de los productos en los centros de distribución. El responsable de este es el Encargado del manejo de inventario quien lo realiza los primeros cinco días de cada mes. Se determina: *Inv. final / ventas promedio * cantidad de días que tiene el mes en curso*.
- **Vejez del inventario:** Tiene por objeto controlar las cantidades de mercancía que tengan mucho tiempo en el inventario para evitar mercancías dañadas, obsoletas, en mal estado, etc. En el caso de los couriers, puede ser realizado

diariamente debido al flujo de recepción de paquetes que tienen en stock. El encargado del manejo de inventario, es el responsable de elaborar esto. Se determina: *Unidades dañadas+obsoletas+vencidas/Unidades disponibles en inventario*

- **Valor económico del inventario:** Este indicador busca medir y controlar el valor promedio del inventario con relación a lo generado por las ventas. El responsable del cálculo de este indicador es el Encargado de inventarios, realizándose mensualmente, aunque para los couriers se les recomienda realizarlo cada 15 días para así llevar una media de estos valores. Se determina de la siguiente manera: *Costo de ventas del mes / Valor inventario físico*.

Estos indicadores son parte fundamental en las empresas couriers en la República Dominicana porque hacen posible la gestión estratégica de inventarios, donde es posible tomar decisiones como aumentar la producción de un producto basándose en números y resultados claros. Y que tengan la finalidad de darle una salida más rápida de las mercancías dentro del almacén aplicando los distintos análisis y mecanismos hechos por los encargados.

3.3.2 Indicadores de almacenamiento.

Estos indicadores se encargan de controlar los procesos que tienen lugar en la gestión de almacenamiento y distribución de las instalaciones, llevando a cabo un impacto en los costos operacionales sobre los procesos logísticos. Dentro de este indicador se evaluarán los costos de almacenamiento, el ciclo de su tiempo y tasa de entrega.

En los couriers de la República Dominicana, el proceso de almacenamiento inicia en los depósitos de recepción de paquetes (AILA carga), almacenados en las góndolas, luego de estos ser evaluados, revisados y autorizados por Aduanas, se dirige a los centros de distribución u oficinas principales de cada empresa courier a la espera del retiro del cliente o en caso de que el courier tenga entrega a domicilio. Los costos de este almacenaje en AILA carga tienden a ser un poco elevados debido a que la mayoría de depósitos son rentados, el costo de renta tiene un aproximado de hasta US\$10,000 dólares mensuales, esto incluye renta y mantenimiento de las instalaciones. Estos paquetes pueden durar hasta meses en el almacén debido a retenciones, problemas de pago o abandono de parte del contribuyente, es por esto que al cliente se le da un periodo de 6 meses para el retiro, de lo contrario sería enviado a Subasta, entidad de Aduanas que se encarga de ofertar toda mercancía registrada por abandono.

Dentro de los indicadores a tomar en cuenta están:

- **Costo unitario de almacenamiento:** relaciona el costo de almacenamiento con el número de referencias que hay en el almacén en un periodo concreto. *Costo unitario de almacenamiento = Costo total de almacenamiento / Capacidad nominal X Índice de ocupación.*

Con este indicador determinamos que los gastos de almacenamiento de los couriers mensuales son un poco costosos debido al espacio y el flujo de paquetes que necesitan, según fuentes internas el costo es desde RD \$10,000 a 25,000 pesos dominicanos (costo de alquiler de un depósito en AILA carga). Por lo que es evidente que los depósitos en las instalaciones de Miami son más caros en comparación con los de Santo Domingo. Por lo tanto, para evitar este cúmulo de paquetes, en caso de que un cliente deje su

paquete en el almacén por un tiempo determinado, el courier tiene la potestad de cobrarle por el mismo.

- **Tiempo de ciclo de orden interno:** es el tiempo que tarda un pedido en completarse desde que llega la orden al almacén hasta que sale a su destino.

Tiempo de ciclo de orden interno = Fecha de entrada de pedido - Fecha de expedición.

En este indicador evaluamos el tiempo de entrega entre el pedido y su expedición del almacén, dándole prioridad a que agote todos los procesos adecuadamente y de manera óptima, siendo este un factor primordial, debido a que esto es lo que hace que un courier tenga mayor participación en el mercado, porque esta es una de las características que cada cliente busca en la empresa courier que elija, dígame rapidez, transparencia y buen servicio.

- **Tasa de entrega completa y a tiempo:** mide el número de órdenes de pedido ya preparadas para ser recogidas. Muestra la productividad y el nivel de servicio al cliente. *Tasa de entrega completa y a tiempo = N° de pedidos completos a tiempo / N° total de pedidos $\times 100$.*

Analizando este indicador haciendo aproximaciones de las operaciones diarias de una empresa courier, el cálculo se haría de la siguiente manera:

Datos:

No. de pedidos completados a tiempo = 350 pedidos.

No. total de pedidos = 500 pedidos

Tasa de entrega completa y a tiempo

$$\frac{350 \text{ pedidos completos}}{500 \text{ pedidos}} = 0.7 * 100 = 70\%$$

El resultado que esta arroja en porcentaje es de un 70%, el cual nos indica la cantidad de órdenes que han sido completadas satisfactoriamente. Este indicador mide el nivel de productividad de la fuerza laboral encargada de todo el proceso de almacenamiento desde su entrada a su salida.

3.3.3 Indicadores de transporte y distribución.

Los KPI de transporte y distribución analizan el impacto logístico que tiene cada movimiento de la mercancía en la cadena de suministro. Debemos saber que estos son de los indicadores más importante debido a que es la contiene más gastos en los procesos logísticos de los couriers dígame de manera multimodal, ya que involucra diferentes tipos de transporte como es el aéreo y terrestre.

El proceso de transporte inicia teniendo un recorrido desde los depósitos de almacenaje en Miami que es donde casi todos los couriers tienen la dirección registrada, luego al Aeropuerto Internacional de Miami, Fort Lauderdale con dirección al Aeropuerto AILA que es el de Santo Domingo, después de ese proceso se transportan a centros de distribución de cada courier, lo cuales estos repercuten de manera directa a sus costos logísticos. Los KPI son los siguientes;

- **El costo de transportación sobre las ventas:** Este KPI logístico cuantifica el costo del transporte entre la proporción de las ventas conseguidas. El responsable de este cálculo mensualmente es el Jefe de transporte.
- **Entregas a tiempo:** Este se mide la agilidad del transporte de forma porcentual. Se determina:
$$\text{Entregas a tiempo} = N^{\circ} \text{ de entregas a tiempo} / N^{\circ} \text{ total de}$$

entregas realizadas x 100. Haciendo un ejemplo aproximado de cómo medir las entregas a tiempo.

$$\text{Entregas a tiempo} = \frac{\text{No. de entregas a tiempo}}{\text{No. total de entregas realizadas}} * 100 = \frac{1000}{600} * 100$$

= 167 órdenes han sido entregadas a tiempo.

3.4 Resultados obtenidos de las encuestas a usuarios de empresas couriers.

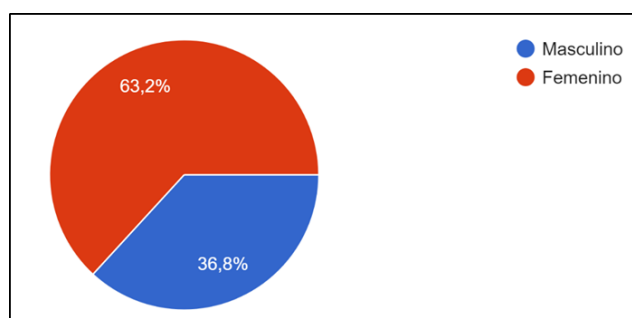
La presente encuesta está orientada a usuarios de empresas courier con el fin de identificar las oportunidades de mejora en los procesos logísticos de las principales empresas couriers de la República Dominicana. La misma fue aplicada a una muestra de 114 personas; de las cuales 72 personas fueron de género femenino y 42 personas de género masculino.

Tabla 1. Género

Respuestas	Frecuencia acumulada	Frecuencia relativa
Femenino	72	63%
Masculino	42	37%
Total	114	100%

Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados

Gráfico 1. Género



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados (Google Forms)

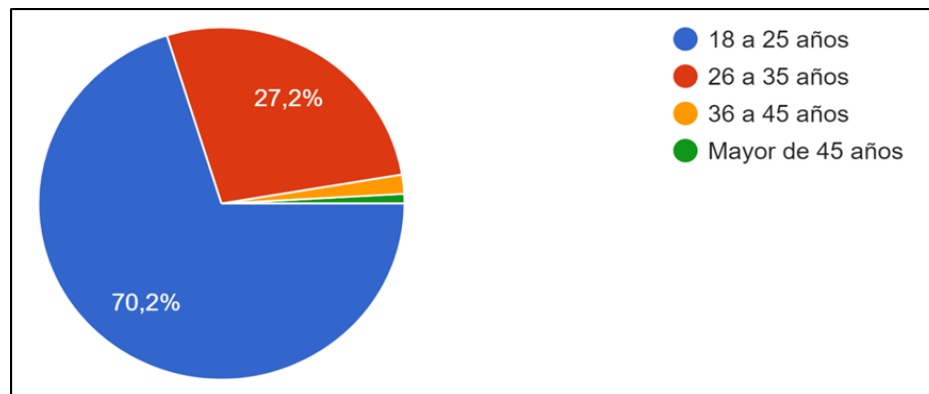
Según los resultados de la población encuestada, el 63.2 % de la población encuestada es de género femenino y el 36.8 % restante es de género masculino, siendo así que el género femenino es el principal segmento de uso de los servicios couriers.

Tabla 2. Edad

Respuestas	Frecuencia acumulada	Frecuencia relativa
18 a 25 años	80	70%
26 a 35 años	31	27%
36 a 45 años	2	2%
Mayor de 45 años	1	1%
Total	114	100%

Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados

Gráfico 2. Edad



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados (Google Forms)

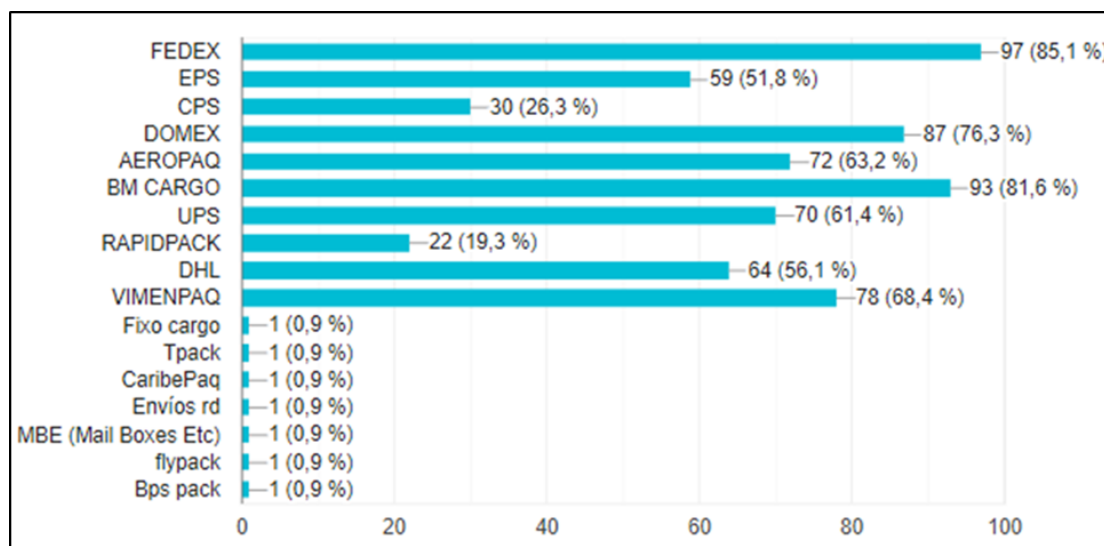
Concerniente a las edades de las personas encuestadas, la encuesta arroja que el 70% de las personas encuestas están dentro de la media de 18 a 25 años de edad, un 27% de los encuestados tiene de 26 a 35 años, un 2% tiene la edad en el rango de 36 a 45 años y el 1% de los encuestados son mayores de 45 años. Esto quiere decir que los usuarios de los couriers en su mayoría están en el rango de edad de 18 a 25 años.

Tabla 3. Empresas couriers que conocen a los usuarios.

Respuestas	Frecuencia acumulada	Frecuencia relativa
FEDEX	97	14.3%
EPS	59	8.7%
CPS	30	4.4%
DOMEX	87	12.8%
BM CARGO	93	13.7%
AEROPAQ	72	10.6%
UPS	70	10.3%
RAPIDPACK	22	3.2%
DHL	64	9.4%
VIMENPAQ	78	11.5%
FIXO CARGO	1	0.1%
TPACK	1	0.1%
CARIBEPAQ	1	0.1%
ENVIOS RD	1	0.1%
MBE (Mails Boxes Etc)	1	0.1%
FLYPACK	1	0.1%
BPS PACK	1	0.1%
Total	679	100%

Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados

Gráfico 3. Empresas couriers que conocen a los usuarios.



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados (Google Forms)

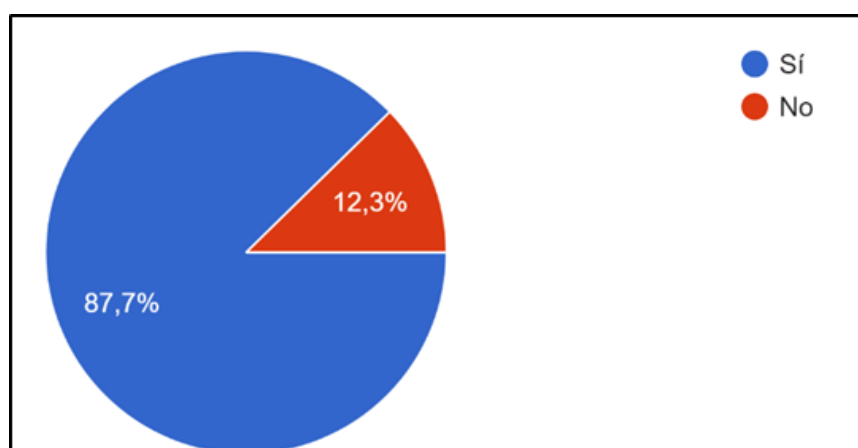
De igual modo, referente a las empresas que conocen los usuarios encuestados, estas están divididas en internacionales y nacionales. Dentro de las internacionales, un 85.1% conocía a FedEx; un 61.4 % conocía a UPS y un 56.1 % conocía de DHL. Igualmente, dentro de las nacionales, un 51.8% conocía de EPS; un 26.3% conocía de CPS; un 76.3% conocía a Domex; un 63.2% conocía de Aeropaq; un 81.6% conocía de BMCargo; un 19.3% conocía de RapidPack; un 68.4 % conocían de Vimenpaq; y por último Fixo Cargo, Tpack, Caribepaq, Envíos RD, MBE, Flypack y Bps pack representan un 0.9% cada una.

Con estas respuestas pudimos determinar que las empresas couriers más conocidas por los usuarios son las de FedEx, BMCargo, Domex y Vimenpaq, las cuales arrojan por encima de un 70%, en cuanto al conocimiento de los usuarios.

Tabla 4. Utilización de los servicios couriers.

Respuestas	Frecuencia acumulada	Frecuencia relativa
Si	100	88%
No	14	12%
Total	114	100%
Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados		

Gráfico 4. Utilización de los servicios couriers.



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados (Google Forms)

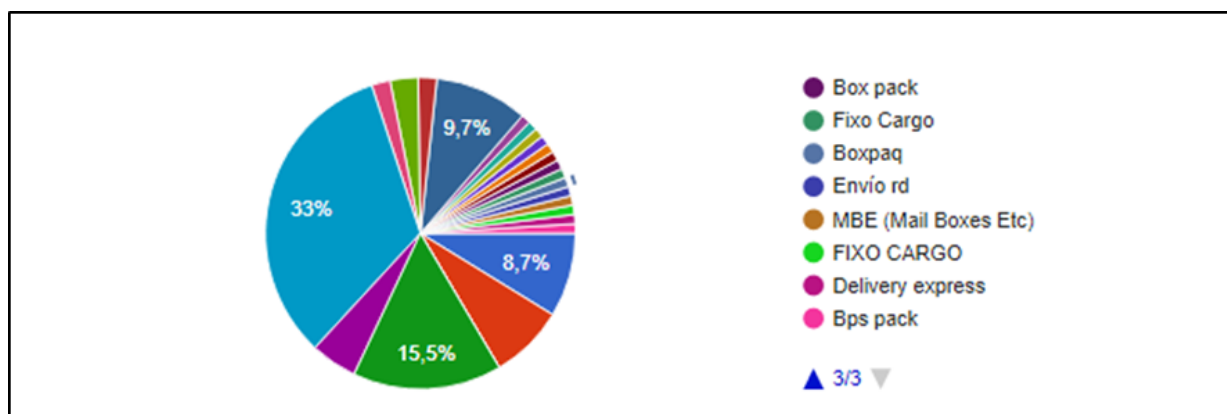
Dentro de este marco, la población muestra un 87.7% de los encuestados usan los servicios couriers y el 12.3% restante no utiliza dichos servicios.

Tabla 5. Empresas courier que utilizan.

Respuestas	Frecuencia acumulada	Frecuencia relativa
FEDEX	9	8.7%
EPS	8	7.8%
CPS	0	0.0%
DOMEX	16	15.5%
BM CARGO	34	33.0%
AEROPAQ	5	4.9%
UPS	2	1.9%
RAPIDPACK	3	2.9%
DHL	2	1.9%
VIMENPAQ	10	9.7%
FIXO CARGO	4	3.9%
TPACK	0	0.0%
CARIBEPAQ	0	0.0%
ENVIOS RD	1	1.0%
MBE (Mails Boxes Etc)	1	1.0%
FLYPACK	1	1.0%
BPS PACK	1	1%
ACC	1	1%
BOXPAQ	2	2%
DELIVERY EXPRESS	1	1%
EXTREME PAQ	1	1%
TAINO EXPRESS	1	1%
Total	103	100%

Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados

Gráfico 5. Empresas courier que utilizan.



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados (Google Forms)

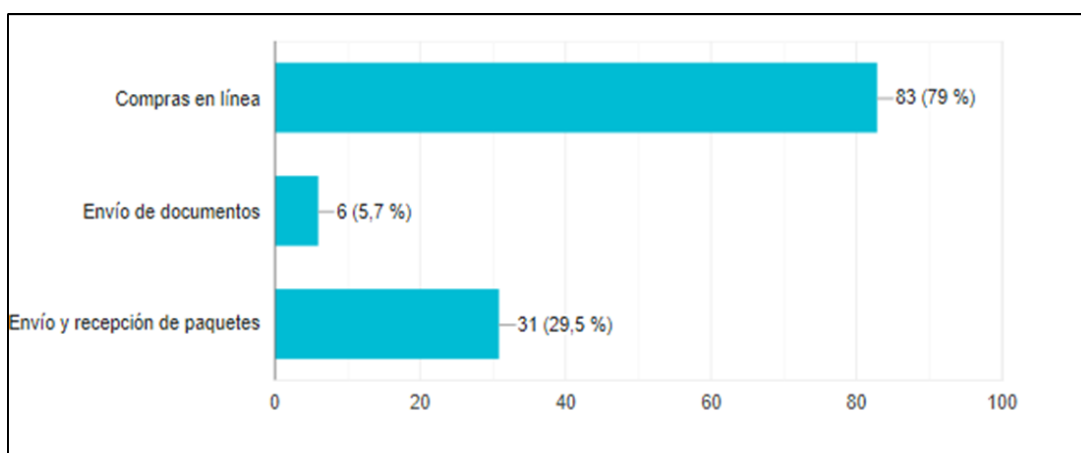
En el mismo contexto, la encuesta arroja la cuantificación de las empresas courier que utilizan los usuarios. Siendo BMCargo (33%); Domex (15.5%); Vimenpaq (9.7%); FedEx (8.7%) y EPS (7.8%) las empresas couriers más utilizadas por la población encuestada. Mientras que las demás arrojan por debajo de un 5% de la población.

Tabla 6. Servicios que utilizan las empresas couriers.

Respuestas	Frecuencia acumulada	Frecuencia relativa
Compras en línea	83	69%
Envío de documentos	6	5%
Envío y recepción de paquetes	31	26%
Total	120	100%

Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados

Gráfico 6. Servicios que utilizan las empresas couriers.



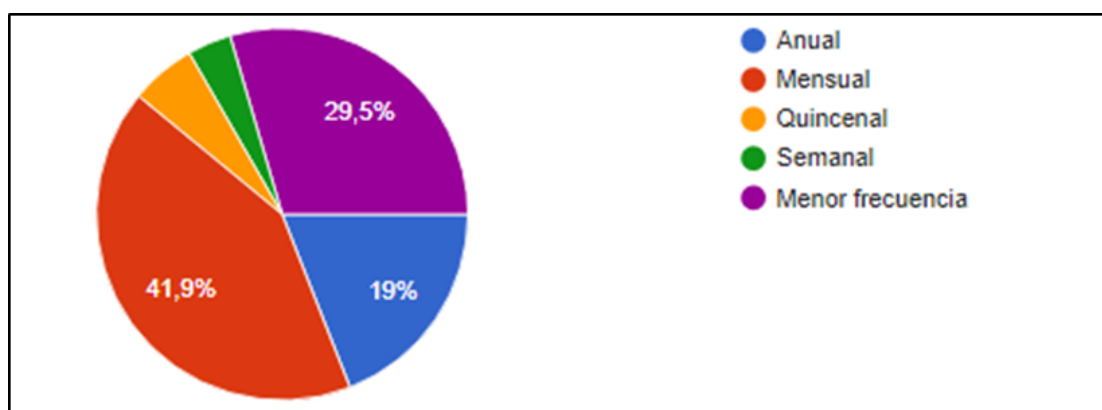
Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados (Google Forms)

Con relación a los servicios utilizados por los usuarios, un 79% lo utiliza para realizar compras online; un 5.7% para el envío de documentos y un 29.5% para enviar y recibir paquetes de cualquier índole. Con esta se evidencia el desarrollo y el auge del e-commerce en el siglo 21, ya que la mayoría de usuarios prefieren realizar compras online, dando a conocer a simple vista los avances que ha tenido la tecnología, ya sea desde la compra de un artículo pequeño a uno de gran escala.

Tabla 7. Frecuencia de uso de los servicios couriers.

Respuestas	Frecuencia acumulada	Frecuencia relativa
Anual	20	19%
Mensual	44	42%
Quincenal	6	6%
Semanal	4	4%
Menor frecuencia	31	30%
Total	105	100%
Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados		

Gráfico 7. Frecuencia de uso de los servicios couriers.



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados (Google Forms)

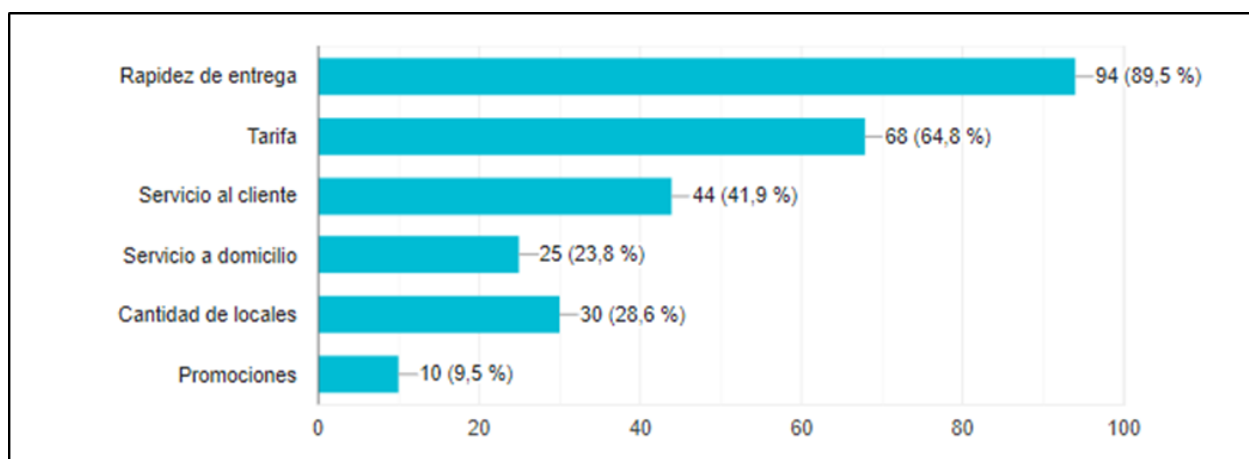
Con respecto a la frecuencia en la cual los usuarios utilizan los servicios couriers, un 42% arroja que la población encuestada lo utiliza mensualmente; un 19% de manera anual; un 6% de manera quincenal; un 4% de manera semanal y un 30% utiliza los servicios con menor frecuencia que las variables presentadas en lo anterior. Esto nos dice que los usuarios de couriers en la República Dominicana tiende a usar los servicios en su mayoría mensualmente mientras que un 30% los utiliza en menor frecuencia a semanal, dígame ocasionalmente.

Tabla 8. Factores por el cual escogen un courier.

Respuestas	Frecuencia acumulada	Frecuencia relativa
Rapidez de entrega	94	35%
Tarifas	68	25%
Servicio al cliente	44	16%
Servicio a domicilio	25	9%
Cantidad de locales	30	11%
Promociones	10	4%
Total	271	100%

Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados

Gráfico 8. Factores por el cual escogen un courier.



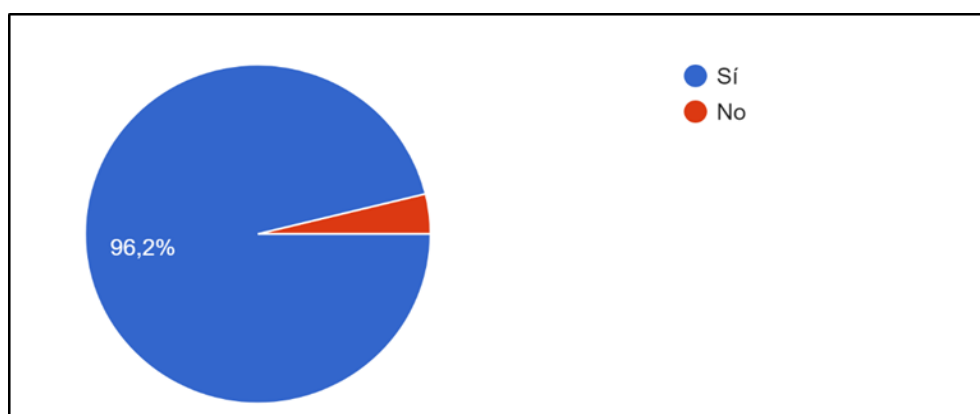
Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados (Google Forms)

Cómo presenta los resultados de esta encuesta, a la hora de elegir un courier los usuarios encuestados tienen como factores la rapidez de la entrega (89.5%); las tarifas (64.8%); el servicio al cliente (41.9%); el servicio a domicilio (23.8%); cantidad de locales (28.6%) y las promociones (9.5%). Es así como representa como factor prioritario y aspecto más importante para los usuarios a la hora de elegir un courier la rapidez de la entrega de sus paquetes, esto debe ser aplicable para todos los couriers del territorio dominicano, ya que puede maximizar su enganche con los clientes.

Tabla 9. Satisfacción del cliente con los servicios brindados.

Respuestas	Frecuencia acumulada	Frecuencia relativa
Si	101	89%
No	4	4%
Total	105	100%
Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados		

Gráfico 9. Satisfacción del cliente con los servicios brindados.



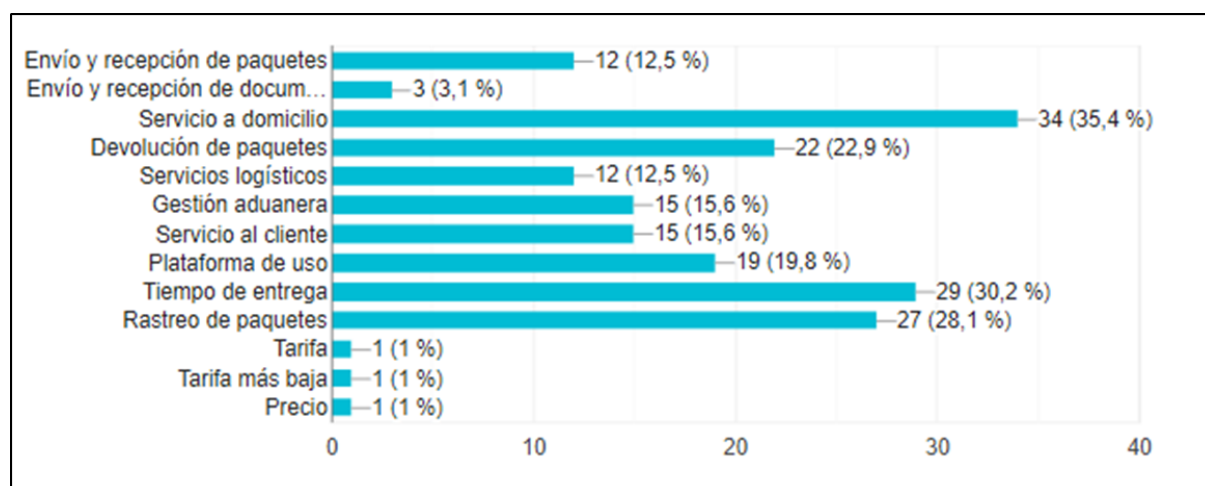
Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados (Google Forms)

En cuanto al nivel de satisfacción del cliente con los servicios de los couriers a los que están afiliados, la población muestra un nivel de satisfacción máximo con un 96.2% y el resto de la población representa inconformidad con los servicios brindados presentando un 4%.

Tabla 10. Oportunidad de mejora en los servicios couriers.

Respuestas	Frecuencia acumulada	Frecuencia relativa
Envío y recepción de documentos	12	1.8%
Envío y recepción de paquetes	3	0.4%
Servicio a domicilio	34	5.0%
Devolución de paquetes	22	3.2%
Servicios logísticos	12	1.8%
Gestión aduanera	15	2.2%
Servicio al cliente	15	2.2%
Plataforma de uso	19	2.8%
Tiempo de entrega	29	4.3%
Rastreo de paquetes	27	4.0%
Tarifas y precios	3	0.4%
Total	191	100%
Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados		

Gráfico 10. Oportunidad de mejora en los servicios couriers.



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de los encuestados (Google Forms)

Con relación a lo que deben darle mayor importancia y prioridad las empresas para incrementar su participación en el mercado; la población encuestada les da prioridad a los factores siguientes: el 35.4% de los usuarios encuestados opina que los couriers deben darles prioridad a los servicios a domicilios; un 30.2% cree que deben optimizar los tiempos de entrega de los paquetes ; un 28.1% afirma que deben de priorizar el rastreo de la paquetería ; un 22.9% dice que deben crear un sistema de gestión en cuanto a la devolución de paquetes para que sea viable , tanto para los usuarios como los colaboradores; mientras que los demás porcentajes tiene un valor mínimo como es los servicios logísticos (12.5%) , gestión aduanera (15.6%) , servicio al cliente (15.6%) , las plataformas de uso (19.8%) , los envíos y recepciones de paquetes y documentos (15.6%) y por último los precios y tarifas (3%).

Cabe destacar que el factor a nivel global que más queja genera en los servicios courier son los precios, las tarifas por servicio y el tiempo de entrega, pero en esta encuesta presentó una media menor a lo esperado por los encuestadores.

CONCLUSIONES

La presente monografía se fundamentó en el análisis de los procesos logísticos de los couriers de República Dominicana. El objetivo de este monográfico fue analizar las estrategias logísticas de los couriers considerando todos los procesos que realizan desde la solicitud del envío hasta la entrega de la mensajería.

Luego de recopilar los datos presentados se identificaron algunos aspectos de acuerdo a las oportunidades de mejora de cada uno de los Couriers investigados, la población a la que se le realizó la encuesta expresó que uno de los factores que toman en cuenta para escoger un Courier son los servicios a domicilio, destacando este servicio como uno de los más importantes considerando que no todo el mundo tiene la misma disponibilidad de tiempo para recoger un paquete en las oficinas designadas, es de mayor facilidad que la empresa tenga el servicio a domicilio para facilitación del usuario.

Otro punto importante y que no se esperaba que tenga tanta relevancia es la devolución de paquetes, según los datos obtenidos este es un punto débil de casi todas estas empresas, el cual se debe trabajar por la gran demanda de mejora de este proceso, las devoluciones no son más que transacciones que se generan al momento de un comprador recibir su paquete y este decide devolverlo, esto puede ser causado por varios motivos, que el cliente no esté satisfecho con lo que ha recibido o que ya no lo necesite al momento de la entrega.

El proceso de devolución es una logística que trae consigo costos extras, pero los compradores online buscan políticas transparentes en las compras que realizan y las devoluciones es una de ellas.

Para culminar, al momento de analizar todos los factores que los consumidores expresaron en las encuestas al momento de elegir un courier y los puntos de mejora que se expresaron en la entrevista nos podemos dar cuenta que todo puede ser resuelto o más bien mejorado con un proceso logístico que todo el personal lleve para poder culminar el servicio, es decir, hasta que el cliente reciba su paquete, destacando que esto se realice en el menor tiempo posible de manera óptima y segura para sus consumidores.

RECOMENDACIONES

A partir del análisis del objeto de estudio, mediante investigaciones, recopilación de datos, encuestas, entrevistas, investigación de las empresas asociadas al sector, observación de procesos logísticos, el manejo de la logística y cadena de suministro en el sector del correo expreso, se han considerado diversos puntos para aportar a las oportunidades de mejora de los procesos logísticos de los couriers en la República Dominicana, buscando optimizar y volver más eficientes los mismos.

En base a los resultados obtenidos y objeto de estudio , deben dar la prioridad que ameritan los servicios a domicilios, este es un factor importante por el cual los usuarios escogerían una empresa courier, y el no prescindir de este servicio les quita cobertura, alcance y fidelización de los clientes que estén afiliados o los que quieran afiliarse a la empresa courier, esto se puede lograr adquiriendo algunas flotillas de envío a domicilio dividiéndolos territorialmente entre las localidades de los couriers, obteniendo como resultado mayor satisfacción del cliente.

Se considera la implementación de los indicadores de desempeño logísticos o KPIs, ya que no todas las empresas courier lo poseen, y es recomendable ya que este mide y controla cada proceso de la cadena de suministro, teniendo como resultado:

- Reducir los costos de operaciones.
- Optimizar los tiempos de entrega de los paquetes.
- Reducción de errores en cuanto al proceso de paquetería desde que entra el almacén hasta que llega a su destino.

Eficientizar el proceso de devolución de pedidos hacia el cliente, esto cada vez es más importante, ya que este proceso va de la mano con el e-commerce, influyendo en todo lo que se llevará a cabo, y recordando que este es una obligación legal. Viéndolo desde el punto de vista de los costos, se debe hacer más sencillo para los clientes, para así crear una captación y fidelización de los mismos. Se recomienda crear un sistema viable courier/cliente, que priorice la atención al cliente de manera rápida y efectiva, mejorando sus procesos logísticos, este debe:

- Adecuar todas las medidas pertinentes para tratar de que no sea muy elevada la tasa de devoluciones de paquetes.
- Utilizar un empaque o embalaje que se pueda usar múltiples veces, y que sean resistentes, ya que lo que utilizan son desechables, como son las cajas de cartón, fundas plásticas y demás, para que así al momento de devolución pueda estar en buen estado y proteger los productos.
- Mejorar las experiencias en las apps móviles. En la actualidad, la población que hace compras online la realiza mediante aparatos electrónicos, dígame teléfonos celulares, tabletas y/o ordenadores, es por esto que en las apps las opciones de devolución deben ser efectivas, ya que algunas no obtienen las informaciones completas como en las de otro courier y no le dan la mejor experiencia sus clientes.

Y, por último, estandarizar los precios de las libras, para aquellos clientes que reciben paquetes por menos de una libra. Este factor influye de manera directa a los couriers ya que algunos cobran las libras por un precio estándar. Por ejemplo, un paquete que viene de Miami con un peso de 0.58 kg, tiene un costo de RD \$230.00 pesos. Con esta recomendación se busca que los couriers adecuen su precio por peso, a la cantidad de

peso real que tiene el paquete, este método se puede implementar mediante una tabla de precios por kg. Dígase, por ejemplo: De 0.10 kg a 0.35 kg tenga un costo de RD\$90.00 pesos, y así sucesivamente. Este método sería efectivo ya que sabemos que hay paquetes que no son muy pesados y se cobra como si fuera una libra. Al implementar esto, el courier amplía su cartera de clientes y fideliza los mismos, agregando los otros factores que influyen en los consumidores como rapidez de entrega, servicio al cliente y el servicio a domicilio.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Council of Supply Chain Management Professionals, CSCMP. (2008). *Definición de Gestión Logística (en inglés)* . Obtenido de https://cscmp.org/CSCMP/Academia/SCM_Definitions_and_Glossary_of_Terms/CSCMP/Educate/SCM_Definitions_and_Glossary_of_Terms.aspx?hkey=60879588-f65f-4ab5-8c4b-6878815ef921
- AFE Logistics. (04 de Mayo de 2021). *Courier , qué es y como funciona* . Obtenido de <https://afelogistics.com/blog/definicion-funciones-courier/>
- Álvarez, Y. (10 de Mayo de 2019). *Los courier en República Dominicana luchan en precios, velocidad y servicio*. Obtenido de El Dinero: <https://eldinero.com.do/83159/los-courier-en-republica-dominicana-luchan-en-precios-velocidad-y-servicio/>
- Ana, N. A. (21 de Abril de 2020). *El courier- Pasado, presente y futuro de un servicio esencial y facilitador del comercio*. Obtenido de Mercojuris: <https://www.mercojuris.com/31968/el-courier-pasado-presente-y-futuro-de-un-servicio-esencial-y-facilitador-del-comercio-mundial-con-tiempos-que-vuelan-en-medio-de-la-pandemia-por-nestor-alfredo-santa-ana/>
- Armando Valdés. (6 de Septiembre de 2021). *Conexión ESAN*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/los-kpis-mas-importantes-en-logistica#:~:text=Los%20KPI%20o%20m%C3%A9tricas%20de,la%20productividad%20de%20los%20empleados.>
- ASODEC. (2022). Obtenido de <https://www.asodecrd.com/>
- ASODEC. (2022). *Asociación Dominicana de Empresas Courier* . Obtenido de <https://www.asodecrd.com/>
- Ballou, R. H. (2004). *Logística. Administración de la cadena de suministro*. México: Pearson Educación.
- Beato, N. (2013). *Correo Expreso o Courier*. Obtenido de https://sobrecomercioyaduanas.blogspot.com/2013/03/httpwww_8.html?zx=b4d8ccc2a1f7df077
- Beetrack. (2022). *Evolución de la logística y su línea del tiempo hasta 2021*. Obtenido de <https://www.beetrack.com/es/blog/evolucion-de-la-logistica#:~:text=La%20evoluci%C3%B3n%20de%20la%20log%C3%ADstica%20contin%C3%BAa%20en%20la%20d%C3%A9cada%20de,15%25%20del%20producto%20nacional%20bruto.>
- cargaacolombia. (s.f.). *Historia del Servicio de Courier*. Obtenido de <http://cargaacolombia.blogspot.com/p/historia-del-servicio-de-courier.html>
- CEUPE Magazine . (2022). *Los principales tipos de logística*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/los-principales-tipos-de-logistica.html?dt=1658721500883>
- CHRISTOPHER. (1998). *Logística y aprovisionamiento*. Barcelona : Ediciones Folio.
- Clúster Logístic de Catalunya. (24 de Mayo de 2017). *Historia de la logística*. Obtenido de <https://clusterlogistic.org/es/historia-de-la-logistica/#:~:text=El%20nacimiento%20de%20la%20log%C3%ADstica,y%20el%20control%20de%20inventarios.>

- Duran Lima, J. E., & Alvarez, M. (2009). *Indicadores de comercio exterior y política comercial: mediciones de posición y dinamismo comercial*. Santiago de Chile : CEPAL.
- Gobierno de la República Dominicana. (26 de 7 de 2005). *DGII*. Obtenido de https://www.aduanas.gob.do/media/2229/402-05_que_aprueba_reglamento_despacho_expreso.pdf
- Huertas, D. S. (2020). *Análisis FODA o DAFO*. Madrid, España: Bubok Publishing S.L.
- Humberto Ponce Talancón. (21 de Julio de 2007). *LA MATRIZ FODA: ALTERNATIVA DE DIAGNÓSTICO Y DETERMINACIÓN DE ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN EN DIVERSAS ORGANIZACIONES*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>
- Instituto Dominicano de Telecomunicaciones. (10 de Mayo de 2017). *Noticia de Indotel*. Obtenido de <https://indotel.gob.do/noticias/presidente-del-indotel-revela-rd-registra-crecimiento-de-4-497-en-cuentas-de-internet/>
- Luis Anibal Mora García. (2022). *Indicadores de la gestión logística KPI: Los indicadores claves del desempeño logístico*. Obtenido de https://www.fesc.edu.co/portal/archivos/e_libros/logistica/ind_logistica.pdf
- Mecalux. (07 de Junio de 2019). *La recepción de mercancías en el almacén: fases y estrategias de mejora*. Obtenido de <https://www.mecalux.com.mx/blog/recepcion-mercancias-fases>
- Mecalux. (11 de Noviembre de 2020). *KPI en logística: así se mide el éxito en la 'supply chain'*. Obtenido de <https://www.mecalux.com.mx/blog/kpi-logistica>
- Paula Nicole Roldán. (Abril de 2017). *Cadena de suministro*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/cadena-de-suministro.html>
- Ponce, C. C. (05 de 06 de 2016). *Análisis FODA*. Obtenido de <https://www.clubensayos.com/Negocios/An%C3%A1lisis-FODA-Empresa-de-encomiendas/3431037.html>
- Ponce, C. C. (05 de 06 de 2016). *Análisis FODA*. Obtenido de <https://www.clubensayos.com/Negocios/An%C3%A1lisis-FODA-Empresa-de-encomiendas/3431037.html>
- Querembás, Jorge Arturo Castro. (2020). Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/10836/2/04%20ISC%20570%20TRABAJO%20GRADO.pdf>
- Revista Mercado . (14 de 09 de 2021). *El impacto de los couriers en el comercio electronico dominicano* . Obtenido de <https://www.revistamercado.do/negocios/el-impacto-de-los-couriers-en-el-comercio-electronico-dominicano>
- Riquelme Leiva, M. (2016). *FODA: Matriz o Analisis FODA- Una herramienta esencial para el estudio de la empresa* . Obtenido de <https://www.analisisfoda.com/>
- SARRAMONA, J. (1991). *Fundamentos de educacion* . Barcelona : CEAC.
- THE LOGISTICS WORLD. (2022). *Evolución de las cadenas de suministro: ¿cómo responder a la demanda?* Obtenido de

<https://thelogisticsworld.com/historico/evolucion-de-las-cadenas-de-suministro-como-responder-a-la-demanda/>

Unión Postal Universal. (s.f.). *u.p.u.* Obtenido de <https://www.upu.int/en/Universal-Postal-Union>

A N E X O S

ANEXO 1. ANTEPROYECTO DE GRADO



VICERRECTORÍA ACADÉMICA

DEPARTAMENTO CURSO MONOGRÁFICO

Anteproyecto del Trabajo Final de Grado, en la modalidad de

Curso Monográfico para optar por el título de:

Licenciatura en Negocios Internacionales

Tema:

**“ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN EN LOS PROCESOS LOGÍSTICOS
DE LOS COURIERS EN REPÚBLICA DOMINICANA”**

Sustentado por:

Milagros Emperatriz Bello A00100113

Karla Ramirez Aristy A00100179

Danel Ariza Ramirez A00100305

Asesores:

Lic. Fe Adabel Acosta

Coordinación Trabajo Final Curso Monográfico

Dra. Sención Raquel Yvelice Zorob Avila

Distrito Nacional, República Dominicana

2022

ANTEPROYECTO DEL TRABAJO FINAL (TF) EN LA MODALIDAD DE
CURSO MONOGRÁFICO:

**“ESTRATEGIAS DE OPTIMIZACIÓN EN LOS PROCESOS LOGÍSTICOS
DE LOS COURIERS EN REPÚBLICA DOMINICANA”**

Introducción

A medida que la sociedad avanza y el ser humano evoluciona, crece la necesidad del comercio electrónico, donde las personas prefieren realizar transacciones desde la comodidad de su hogar. Hoy en día basta con tener acceso a la internet para ver, comparar y realizar compras en línea en menos de dos horas.

En República Dominicana son cada vez más las personas que deciden adquirir sus productos mediante esta vía, es por esto que el mundo de las compras en línea crece de manera exponencial, esta tendencia crea oportunidades de negocios para todo el consumidor que realiza este tipo de transacciones por internet, donde escoger un Courier es parte esencial de esta tarea.

Los couriers son empresas que ofrecen el servicio de traslado de mercancías importadas por el consumidor, estos garantizan la entrega rápida y la seguridad de los paquetes a todo el mundo, permitiendo el rastreo y control de estos a lo largo de la cadena de logística.

Este tipo de empresas pertenecen al sector servicio y en República Dominicana este sector representa una gran demanda. Gracias a las 71 empresas couriers que existen se generan empleos y facilidad al consumidor por las cantidades de oficinas que cada una contiene. Por esto es de gran importancia estudiar el modo de operación de este sector para optimizar los procesos que ellos realizan en el movimiento de paquetes.

2. Selección del título y definición.

2.1 Selección de título

Análisis de optimización en los procesos logísticos de los couriers en República Dominicana.

2.2 Definición del tema

Instrumento de investigación: Análisis de los procesos aplicados, entrevistas a trabajadores en empresas couriers y entrevistas a los usuarios de este tipo de empresas.

Objeto de estudio: Procesos logísticos de los couriers en República Dominicana.

Campo de acción: Analizar y optimizar los procesos de logística en las empresas couriers de República Dominicana para un mayor resultado y satisfacción de los usuarios.

3. Planteamiento del problema

Las empresas couriers se encargan de brindar servicio de mensajería o el traslado de mercancías de un lugar a otro. Esto puede ser a través de transporte marítimo o aéreo.

Las compras por internet han generado todo un mundo de posibilidades de crear negocios en línea a través de las plataformas digitales. En ese sentido, República Dominicana cuenta con más de 260 empresas de comercio electrónico debidamente formalizadas (E-Commerce Day DR).

Para el 2020 siendo afectados por la pandemia las empresas couriers dominicanas movilizaron más de 13 millones de kilos de paquetes ya que debido al Covid-19 las empresas couriers fueron las primeras en suplir las clínicas, hospitales y familias con artículos y productos básicos como las mascarillas, gel antibacterial, alcohol, guantes y desinfectantes.

Aunque se trata de un servicio externalizado, las plataformas de logística digitales o empresas couriers nos ofrecen grandes ventajas en lo que a gestión de logística se refiere. Sobre todo, en comparación con las empresas que no disponen de este servicio. A su vez cuentan con muchas responsabilidades de la cual depende no solo la entrega de un producto en particular, el estado del envío o el tiempo de entrega, sino que también tiene que mantener una relación a largo plazo con la marca y los clientes.

Por estos motivos nos interesa analizar los procesos logísticos de los mismos para eficientizar los procesos internos de estas empresas y generar siempre una buena experiencia con los clientes.

4. Objetivos de la investigación

4.1 Objetivo General

Analizar y diseñar nuevas estrategias para la optimización de los procesos logísticos de los Couriers en República Dominicana.

4.2 Objetivos específicos

- Profundizar y conocer sobre la calidad del servicio brindado por los couriers en República Dominicana.
- Determinar el posicionamiento mercadológico de las empresas couriers en República Dominicana.
- Optimizar los procesos logísticos.
- Eficientizar los procesos para crear una mejor experiencia en los usuarios.

5. Justificación de la investigación

El tema a delimitar, *“Estrategias de optimización en los procesos logísticos de los couriers de la República Dominicana”*, al pasar de los años es evidente que la logística se ha convertido en una parte fundamental de los que son los procesos administrativos y de distribución de la cadena de suministro de los couriers, el cual ha generado múltiples aportes a su implementación y desarrollo de las operaciones de las empresas.

En efecto la logística fue creada con la intención de ser eficiente, ágil, óptimo y satisfacer las necesidades del cliente, lo cual se reconoce en los tiempos como importante para una mejora de los procesos logísticos de los couriers de la República Dominicana, por las facilidades que se pueden conseguir de por medio.

El aporte e impacto de esta puede ser caracterizado como un alto nivel de optimización operacional en lo que es el sector logístico, obteniendo de esta una ejecución y planificación optimizada de lo que queremos garantizar como plan de mejora. Debido a esto incentiva al aumento del flujo de importaciones de productos de cualquier categoría, dando apoyo a las PYMES y a su vez aportando al acceso de la información y obtención de datos relevantes para el uso de cualquier empresa couriers del país.

Esta investigación realizada por estudiantes de la Universidad Acción Pro Educación y Cultura (UNAPEC) tiene como objeto de estudio validar informaciones de datos que sean de ayuda para el consumidor final o cliente. Agregando que de esta manera pueden agilizar y cumplir de manera más fácil y sin margen de error las actividades operacionales, manteniendo la debida planeación y comportamiento de la cadena de suministro del sector de transporte internacional de paquetería expreso.

Este escrito tiene como fin establecer normas, responsabilidades, transparencia y parámetros que favorezcan a dichas acciones operacionales, con el fin de mejorar la satisfacción del usuario, optimizar los costos, planeación estratégica, obtener resultados y eficacia en los procesos logísticos en cada una de las empresas de paquetería de la República Dominicana con el objetivo de plantear y recomendar posibles mejoras para cada una de ellas.

6. Marco de referencia

6.1 Marco teórico

Los comienzos del uso del servicio de mensajería postal se remontan a la época de la invención de la escritura, donde se enviaban comunicados de un sitio a otro utilizando un intermediario que se transportaba en caballería o caminando, reemplazando la mensajería verbal. (Mercojuris, 2020)

La evolución de la mensajería fue la siguiente:

- A mediados de los siglos XVI y XVII se utilizó el lacre para sellar las cartas.
- En el año 1835 nace el Sello postal “Estampilla”, comprobante de pago previo de envíos.
- En el año 1756, el día 27 de octubre nace la profesión de mensajero y durante ese año se crea el servicio de casillero postal.

Los couriers en República Dominicana han tenido un crecimiento significativo, para esta fecha hay 71 compañías couriers registradas y encargadas de operar con mensajería de paquetes en el sistema de la DGA (Dirección General de Aduanas) las cuales 30 pertenecen a la Asociación Dominicana de Empresas Couriers (Asodec).

En el año 2020 movilizaron 13 millones de kilos en paquetes, esta es una cifra que supera a las cifras del año 2019 por 2 millones de kilos. Asimismo, se realizan mensualmente cerca de 68 vuelos de aviones de carga, para importación y exportación

de productos. Cada vuelo contempla entre 80,000 y 140,000 libras de productos que generan ingresos al estado dominicano.

Según noticia publicada en la página web oficial de la de empresa telecomunicaciones Indotel, República Dominicana posee más de 6,185,564 de cuentas de internet (Instituto Dominicano de Telecomunicaciones, 2017), partiendo de esta información es donde los couriers o mensajería de paquetes hacen presencia para hacer llegar el pedido hasta el consumidor final.

6.2 Marco conceptual

Importación

El concepto de importaciones es exactamente el inverso del concepto de exportación, esto es el conjunto de bienes y servicios comprados por los residentes de una economía a los residentes de otra economía. (CEPAL,2009)

Logística

Según Ronald B. define la logística es la parte del proceso de la cadena de suministros que planea, lleva a cabo y controla el flujo y almacenamiento eficiente y efectivo de los bienes y servicios, así como la información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el fin de satisfacer los requerimientos de los clientes.

Proceso logístico

De acuerdo con (Council of Supply Chain Management Professionals (CSCMP), s.f.), es “planear, implantar y controlar procedimientos para el transporte y almacenaje eficientes y efectivos de bienes, servicios e información relacionada, del punto de origen al punto de consumo, de acuerdo con los requerimientos del cliente”.

Negocios Internacionales

Según Robock y Simmonds (1983: 3) definen a los negocios internacionales como el campo de la administración que trata aspectos particulares sobre las actividades de negocios que cruzan las fronteras nacionales. Estas actividades pueden incluir desde el movimiento de bienes, servicios, capital o personal; la transferencia de tecnología, información o datos; hasta la supervisión de empleados.

Comercio Exterior

Se define como una negociación entre países a través de las fronteras nacionales mediante la circulación de bienes y servicios.

Empresa courier

Es una empresa que se encarga de brindar servicio de mensajería o el traslado de paquetes, documentos y mercancías de un lugar a otro. Esto puede ser a través de transporte marítimo o aéreo.

Aduanas

Entidad pública del Estado que se encuentra situada en los puertos, fronteras y aeropuertos, donde se registran todas las mercancías que se importan y exportan, realizando el cobro de los costos aduaneros según el arancel correspondiente al producto.

SIGA

El Sistema Integrado de Gestión Aduanera (SIGA) de la Dirección General de Aduanas está diseñado para apoyar los procesos de importación y exportación, acelerar las transacciones y reducir los costos involucrados en el comercio internacional. Esta solución soporta el pago de impuestos aduaneros por la vía electrónica. (DGA, SIGA, 2022).

Flete

Es el costo a pagar por el transporte de una carga.

Arancel

Son los derechos aduaneros que son aplicados a las importaciones de mercancías.

Gravamen

Es la cifra o porcentaje que indica el monto que se debe pagar de un impuesto.

Contenedor

Es un recipiente de carga que se utiliza para almacenar mercancías y sean transportadas en camiones, trenes y barcos.

DUA

Es un Documento Único Administrativo que sirve como modelo de declaración y es de carácter obligatorio. Este se debe completar para llevar a cabo las operaciones de comercio internacional o bien de importación y exportación ante las autoridades aduaneras.

RUA

Es el registro que hace la Dirección General de Aduanas a todas las personas que compran por internet y utilizan las empresas couriers como medio de despacho.

6.3 Marco espacial

Esta investigación está orientada a informar las optimizaciones de los procesos logísticos de los couriers de la República Dominicana y que posibles mejoras se logran con el mismo.

6.4 Marco temporal

La investigación se realizará en el periodo comprendido de 2019-2021 sobre los procesos logísticos de los couriers dominicanos.

7. Aspectos Metodológicos.

7.1 Tipos de investigación

Antes que todo definiremos lo que es una “investigación”: “es el procedimiento por el cual se llega a obtener conocimiento científico, pero no existe un método absolutamente seguro para eliminar el error en la elaboración y validación de las teorías científicas, sino que tal procedimiento es relativo según cada momento histórico e incluso según la naturaleza del conocimiento que se trata de lograr”. (Sarramona, 1991).

La presente investigación se realizará bajo el estudio descriptivo, ya que podemos lograr establecer y describir los procesos logísticos a realizar para optimizar las acciones administrativas y operativas de los couriers, volverlos más eficientes y determinar criterios para medir y satisfacer el servicio al consumidor final, contribuyendo a un monitoreo de las actividades.

7.2 Método de investigación

Esta presente investigación se llevará a cabo por el método de análisis, ya que este método se encarga de separar y clasificar el problema en distintos elementos, grupos o partes con el objetivo de comprender cómo está compuesto, y por ende poder comprender la solución o mejora a esto.

No obstante, mediante este método tiene como finalidad identificar los componentes esenciales para llevar a cabo los procesos operativos y sistemáticos de las empresas de paquetería expreso de República Dominicana, buscando como resultado establecer una relación de causa-efecto con los elementos pertinentes para la satisfacción del cliente.

7.3 Población y muestra para encuesta

La población estará compuesta por las empresas dedicadas al sector de paquetería expreso internacional, que operen dentro del territorio dominicano, empleados de la Dirección General de Aduanas (DGA) u usuarios de las empresas courier. Para esta muestra se busca una media de 10 personas de género masculino y 12 de género femenino.

7.4 Técnica de recolección de datos

En el presente trabajo de investigación se implementó como técnica de recolección de datos, la vía online para la realización de encuestas online mediante Google Forms, ya que esto permite mayor alcance y mejor manejo de la población a encuestar, reduciendo costos y gastos del presupuesto, entrevistas al personal de las empresas couriers y de personas capacitadas en la Dirección General de Aduanas y por último, la asistencia de sitio web de la Asociación Dominicana de Empresas Courier (ASODEC) obteniendo de esta la información básica y esencial con la cual ellos han logrado el alcance y el éxito internacional que poseen.

8.Tabla preliminar de contenidos

Portada

Índice

Dedicatorias y agradecimientos

Resumen

Introducción

CAPÍTULO I: *Generalidades de cadena de suministro y logística*

1.1 Cadena de suministro

1.1.1 Conceptualización

1.1.2 Importancia

1.1.3 Evolución e impacto

1.1.4 Funciones de la cadena de suministro

1.2 Logística

1.2.1 Conceptualización

1.2.2 La logística y sus inicios

1.2.3 Tipos de logística

CAPÍTULO II: *Empresas couriers en República Dominicana*

2.1 Empresas couriers

2.1.1 Conceptualización

3.1.2 Características

3.1.3 Importancia

2.2 Antecedentes de empresas courier en República Dominicana

3.3 Aspectos legales de las empresas couriers en la República Dominicana

3.4 Empresas couriers autorizadas en República Dominicana

3.5 Asociación Dominicana de Empresas Couriers (ASODEC)

3.6 Antes y después de las empresas couriers en la Pandemia del 2019.

3.7 Procesos logísticos de importación

2.3.1 Recepción

2.3.2 Almacenamiento

2.3.3 Inventario

2.3.4 Compras

2.3.5 Transporte

2.3.6 Distribución

2.4 Servicio post- venta

CAPÍTULO III: Análisis de optimización de los procesos logísticos en los couriers de la República Dominicana.

3.1 Análisis FODA

4.2 Objetivos

4.3 Evaluación de indicadores

4.4 Resultados obtenidos

Conclusiones

Recomendaciones

Fuentes bibliográficas

ANEXOS

ANEXO 2. ENCUESTA Y ENTREVISTAS DEL TRABAJO DE GRADO

Encuesta a usuarios

Esta encuesta está orientada a usuarios de empresas courier con el fin de identificar las oportunidades de mejora en los procesos logísticos de las principales empresas couriers de la República Dominicana.

1- Género

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino

2- Edad

- ☐ 18 a 25 años
- ☐ 26 a 30 años
- ☐ 31 a 40 años
- ☐ Mayor de 41 años

3- Cuáles de las siguientes empresas couriers conoces:

- ☐ FEDEX
- ☐ EPS
- ☐ CPS
- ☐ DOMEX
- ☐ BMCARGO
- ☐ AEROPAQ
- ☐ UPS
- ☐ RAPIDPACK
- ☐ DHL
- ☐ VIMENPAQ
- ☐ Otra _____ especifique _____

4- ¿Utiliza los servicios courier?

- ☐ Si
- ☐ No

5- ¿Cuál de las siguientes empresas couriers usted utiliza sus servicios?

- ☐ FEDEX
- ☐ EPS
- ☐ CPS
- ☐ DOMEX
- ☐ BMCARGO
- ☐ AEROPAQ
- ☐ UPS
- ☐ RAPIDPACK
- ☐ DHL
- ☐ VIMENPAQ
- ☐ Otra _____ especifique _____

6- ¿Cuál servicio utiliza de estas?

- ☐ Compras en línea
- ☐ Envío de documentos
- ☐ Envío y recepción de paquetes
- ☐ Otro. Especifique: _____

7- ¿Qué tan frecuente utiliza los servicios de empresas courier?

- ☐ Anual
- ☐ Mensual
- ☐ Quincenal
- ☐ Semanal
- ☐ Menor frecuencia

8- ¿Qué factores toma en cuenta el usuario al escoger una empresa courier?

- ☐ Rapidez de entrega
- ☐ Tarifa
- ☐ Servicio al cliente
- ☐ Servicio a domicilio
- ☐ Cantidad de locales
- ☐ Promociones

9- ¿Está satisfecho con los servicios que le ofrece la empresa courier que utiliza?

- ☐ Si
- ☐ No Especifique:

10- ¿Cuáles servicios debe mejorar la empresa courier?

- ☐ Envío y recepción de paquetes
- ☐ Envío y recepción de documentos
- ☐ Servicio a domicilio
- ☐ Devolución de paquetes
- ☐ Servicios logísticos
- ☐ Gestión aduanera
- ☐ Servicio al cliente
- ☐ Plataforma de uso
- ☐ Tiempo de entrega
- ☐ Rastreo de paquetes

ANEXO 2. ENCUESTA Y ENTREVISTAS DEL TRABAJO DE GRADO

Entrevista no. 1. José Carlos Reyes Gómez, Analista Senior del Departamento de Correo Expreso de la Dirección General de Aduanas.

1. ¿Cuál es el papel del correo expreso frente a las empresas Courier de la República Dominicana?

Ser un departamento que trabaje de la mano con todo el sector para lograr que las operaciones fluyan, velando siempre porque se cumplan todas las leyes, normas y decretos establecidos.

2. ¿Qué enlace tiene el correo expreso con la DGA, frente a la frecuencia de las retenciones de paquetes?

Cuando se retiene un paquete por cualquiera de los motivos de retención que existen, el courier le notifica al dueño de la mercancía para que este envíe la documentación requerida, una vez el courier la recibe, la presenta a DGA mediante una carta, la misma pasa por un proceso de varios chequeos, hasta que llega a manos de un supervisor quien verifica la mercancía físicamente y determina si la misma puede ser despachada o no.

3. ¿Cómo está compuesto el Correo Expreso, que funciones tiene y qué rol juega frente al sector de paquetería expreso?

El departamento está compuesto por varias áreas, tanto administrativas como operativas que trabajan de la mano para lograr siempre el buen funcionamiento y flujo operativo. El rol que se juega como departamento, es de facilitador y a la vez regulador.

4. ¿Qué casos ha atendido el correo expreso recientemente que afecten la logística de los servicios de paquetería expreso?

Por el momento como departamento trabajamos para colaborar y a pesar de existir inconvenientes con las líneas áreas lo que produce retrasos, Correo Expreso trabaja hasta horas extras para colaborar con los couriers y para que los contribuyentes reciban sus paquetes.

5. ¿Cuál es la visión o meta de mediano plazo de la DGA con el correo expreso?

Lograr aplicar más tecnología que permitan que el proceso operativo sea aún más rápido, más certero y más efectivo.

Entrevista no. 2 Alesauris Mateo, Agente de Servicio al Cliente de CPS Courier.

1- ¿Cuál es su función principal en el cargo que desempeña?

Mi función principal es Call center y Servicio al cliente.

2- ¿Qué caracteriza a esta empresa Courier en el mercado?

Somos la empresa de Courier más rápida y confiable en el transporte expreso internacional de documentos y paquetes. Brindando servicio en línea para mayor y mejor comunicación, incluyendo información inmediata sobre los envíos las 24 horas del día los 365 días del año (rastreo en línea).

3- ¿Qué valor agregado ofrece este courier a sus usuarios?

- Servicio rápido o express
- Opciones para seguir las entregas en tiempo real.

4- ¿Qué oportunidades de mejora considera que tiene el courier en sus procesos?

La operación de manejo y distribución de paquetería buscando la optimización de recursos dando como resultado una mejor productividad.

5- ¿Qué factores considera clave para mantener la eficiencia en los procesos del courier?

Aplicando herramientas de mejora continua y capacitaciones en el desarrollo profesional de cada uno de los recursos humanos, ya que es la parte esencial de la empresa, la eficiencia y eficacia que puedan brindar mejorará la operatividad y funcionalidad de una empresa de servicio.

6- ¿Qué posicionamiento usted considera tiene la empresa courier en el mercado?

Estamos posicionados en la mente del consumidor por tener promesa y propósito con nuestro público target ofreciéndoles siempre un servicio de calidad.

Entrevista no. 3. Winston Ortiz, Encargado de oficinas en Send Pack Courier.

1- ¿Cuál es su función principal en el cargo que desempeña?

Mi función es optimizar los procesos para que los clientes finales puedan obtener sus paquetes al menor tiempo posible.

2- ¿Qué caracteriza a esta empresa Courier en el mercado?

Es una de las principales empresas que tiene el precio más asequible y con la mejor calidad de servicio en el mercado.

3- ¿Qué valor agregado ofrece este courier a sus usuarios?

Esta empresa se caracteriza por la rapidez con la que los clientes pueden recibir los paquetes y con el mejor precio y calidad de servicio del mercado.

4- ¿Qué oportunidades de mejora considera que tiene el courier en sus procesos?

La posibilidad de poder embarcar en diferentes líneas aéreas para aumentar la entrada de mercancía al país.

5- ¿Qué factores considera clave para mantener la eficiencia en los procesos del courier?

Mejorar los procesos de despacho en el aeropuerto.

6- ¿Qué posicionamiento usted considera tiene la empresa courier en el mercado?

La posición que tenemos en el mercado según ASODEC está en el lugar número 11.

Entrevista no. 4. Karla Cuevas, servicio al cliente en Rapid Pack.

1- ¿Cuál es su función principal en el cargo que desempeña?

Soy secretaria y me encargo del servicio al cliente, para que los clientes obtengan las informaciones correctas y necesarias a la hora de tener cualquier inquietud.

2- ¿Qué caracteriza a esta empresa Courier en el mercado?

Nuestra empresa se caracteriza por la rapidez en la que traemos la mercancía, y por ser uno de los Couriers que tiene el precio moderado y considerable en la libra.

3- ¿Qué valor agregado ofrece este Courier a sus usuarios?

El valor que se le agrega a nuestros clientes es de 210\$ tomando en cuenta la seguridad que se le brinda a la hora de traer sus paquetes.

4- ¿Qué oportunidades de mejora considera que tiene el Courier en sus procesos?

Las oportunidades de mejoras son los procesos de envíos más rápidos ofrecidos a nuestros usuarios.

5- ¿Qué factores considera clave para mantener la eficiencia en los procesos del Courier?

La buena atención al cliente, solucionar los casos y problemas a tiempo y brindarle un buen servicio.

6- ¿Qué posicionamiento considera tiene la empresa Courier en el mercado?

Pues estamos entre las mejores posiciones en cuanto a la rapidez y seguridad de entrega de los paquetes.

Entrevista no. 5. Yanara Montilla, servicio al cliente y encargada de almacén en Extreme Paq.

1- ¿Cuál es su función principal en el cargo que desempeña?

Soy recepcionista y encargada del almacén de la oficina, brindando servicio al cliente más la revisión e inspección de los paquetes.

2- ¿Qué caracteriza a esta empresa Courier en el mercado?

Nuestro Courier se caracteriza por ser unos de los más bajos en costo por libras en el mercado.

3- ¿Qué valor agregado ofrece este Courier a sus usuarios?

El valor agregado a nuestros usuarios es de 185\$ por libra más la seguridad que le brindamos a la hora de traer sus paquetes.

4- ¿Qué oportunidades de mejora considera que tiene el Courier en sus procesos?

Las oportunidades de mejoras son los procesos de envíos más rápidos ofrecidos a nuestros usuarios.

5- ¿Qué factores considera clave para mantener la eficiencia en los procesos del Courier?

La buena atención y la perfecta entrega de los paquetes a nuestros usuarios.

6- ¿Qué posicionamiento usted considera tiene la empresa Courier en el mercado?

Somos considerados unos de los más rápidos en entregas de paquetes más como ya le había mencionado anteriormente que somos el Courier con el costo de libras más bajos del mercado.

Entrevista no. 6. Diego Sánchez, Encargado de Almacén en BMCargo.

1- ¿Cuál es su función principal en el cargo que desempeña?

Recibir la mercancía, ingresarla al sistema y buscarla cuando el cliente vaya a retirar.

2- ¿Qué caracteriza a esta empresa Courier en el mercado?

El rápido crecimiento que tuvo en pocos años, sus continuos cambios para mejorar la experiencia del cliente y el buen servicio que brinda.

3- ¿Qué valor agregado ofrece este courier a sus usuarios?

Actualmente, cuentan con un seguro el cual cubre el costo de devolución en caso de que su paquete no cumpla y desee retornarlo, también tienen envíos nacionales a todas las sucursales del país.

4- ¿Qué oportunidades de mejora considera que tiene el courier en sus procesos?

Actualmente, existe el problema con las guías las cuales se retrasan por factores externos, encontrar la manera de siempre poder transportar la mercancía sería lo idóneo.

5- ¿Qué factores considera clave para mantener la eficiencia en los procesos del courier?

Transportar la mayor cantidad de mercancía posible, en el caso de BMCargo, el retraso de guías es un golpe crítico para la empresa.

6- ¿Qué posicionamiento usted considera tiene la empresa courier en el mercado?

En el mercado dominicano diría que es la primera.

ANEXO 3. PLANILLA DE ENTREVISTAS



¡Hola! Somos estudiantes de término de la Universidad APEC, en la carrera de Negocios Internacionales. Estamos realizando nuestro monográfico bajo el tema” Estrategias de optimización en los procesos logísticos de los couriers en República Dominicana”, dicho esto, nuestro objetivo es poder identificar detalles de los procesos de los couriers y las posibles mejoras de los mismos.

Por lo anteriormente expresado agradeceríamos que dentro de sus posibilidades nos responda las siguientes preguntas:

Nombre:

Courier donde labora:

Posición:

- 1- ¿Cuál es su función principal en el cargo que desempeña?
- 2- ¿Qué caracteriza a esta empresa Courier en el mercado?
- 3- ¿Qué valor agregado ofrece este courier a sus usuarios?
- 4- ¿Qué oportunidades de mejora considera que tiene el courier en sus procesos?
- 5- ¿Qué factores considera clave para mantener la eficiencia en los procesos del courier?
- 6- ¿Qué posicionamiento considera tiene la empresa courier en el mercado?