



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“OPTIMIZACIÓN DEL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN DE LA FACTURACIÓN Y LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA AMÉRICA MÓVIL PERU S.A. 2016”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración

Autores:

Ruth Dorothy Alvarez Carbajal
César Alberto Rioja Rodriguez

Asesor:

Mg. César Smith Corrales

Lima – Perú
2016

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

El (La) asesor(a) y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** el trabajo de suficiencia profesional desarrollado por los Bachilleres **Ruth Dorothy Alvarez Carbajal y César Alberto Rioja Rodriguez**, denominada:

**“OPTIMIZACIÓN DEL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN DE LA FACTURACIÓN Y
LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA AMÉRICA MÓVIL PERÚ
S.A. 2016”**

Mg. César Smith Corrales
ASESOR

Mg. Paola Mora Ibarra
**JURADO
PRESIDENTE**

Mg. Gustavo Javier Piazze Garnica
JURADO

Mg. Orlando Alberto Edgar Ramirez
JURADO

DEDICATORIA

Los retos en la vida nos hace pensar, meditar, sentir y por ultimo actuar, este reto universitario se dio a partir de adquirir nuevos conocimientos y ser grandes profesionales cada día.

Dedicamos este trabajo de tesis a nuestras familias que han sido parte importante en el crecimiento de todo este tiempo universitario, a la Universidad Privada del Norte por brindarnos las mejores enseñanzas y conocimientos con el fin de poder cumplir unas de nuestras metas que se culminar una carrera universitaria.

AGRADECIMIENTO

La presente investigación tiene un agradecimiento a todas las partes involucradas con el desarrollo de la misma, a nuestros profesores que durante esta etapa universitaria nos han brindado gran parte de su tiempo para compartir sus conocimientos a fin de poder lograr nuestra meta trazada.

Agradecimiento a la universidad privada del norte por abrirnos las puertas de su distinguida sede y darnos la comodidad del estudio.

Otra mención especial a la empresa América Móvil Perú por facilitarnos la información requerida para que se cumpla con esta investigación realizada.

Y por ultimo y no menos importante a nuestras familias que han recorrido el camino profesional junto a nosotros para poder lograr la licenciatura.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT.....	ix
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	10
1.1. Antecedentes	10
1.2. Justificación.....	29
1.2.1. <i>Objetivo</i>	29
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	30
2.1. Satisfacción al Cliente.....	30
2.2. Costos, Reducción de Costos	31
2.3. Distribución	32
2.4. Definición de términos básicos.....	34
CAPÍTULO 3. DESARROLLO	36
3.1. Organización.....	36
3.2. Actividades realizadas.....	47
CAPÍTULO 4. RESULTADOS	54
CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN	55
CONCLUSIONES	56
RECOMENDACIONES	56
REFERENCIAS.....	58
ANEXOS	59

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla n.º 1.1	Participación de Operadoras Móviles 2015.....	11
Tabla n.º 1.2	Cantidad de recibos por ciclo de facturación	14
Tabla n.º 1.3	Cuadro de Tiempos de Impresión según volumen.....	15
Tabla n.º 1.4	Cuadro de programación de impresión y distribución	15
Tabla n.º 1.5	Cuadro de Indicaciones al Courier para proceso de distribución	15
Tabla n.º 1.6	Cronograma de proceso de impresión y distribución	16
Tabla n.º 1.7	Reporte de efectividad en Proceso de Distribución	17
Tabla n.º 1.8	Cantidad de recibos devueltos – Región Centro.....	17
Tabla n.º 1.9	Cantidad de recibos devueltos – Región Lima.....	17
Tabla n.º 1.10	Cantidad de recibos devueltos – Región Norte.....	18
Tabla n.º 1.11	Cantidad de recibos devueltos – Región Sur.....	18
Tabla n.º 1.12	Cuadro de porcentaje de afiliación al envío electrónico	19
Tabla n.º 1.13	Porcentaje de Afiliación al correo electrónico	20
Tabla n.º 1.14	Cuadro de causas y/o motivos de rezagos de entrega de recibos.....	23
Tabla n.º 1.15	Cronograma Impresión y Distribución - Proceso Anterior	24
Tabla n.º 1.16	Cuadro de Indicaciones – Proceso Anterior.....	25
Tabla n.º 1.17	Cronograma Impresión y Distribución - Proceso Actual.....	25
Tabla n.º 1.18	Cuadro de Indicaciones – Proceso Actual	25
Tabla n.º 1.19	Cuadro de Indicaciones – Proceso Actual	25
Tabla n.º 1.20	Cantidad y costos de impresión descentralizada en la provincia del NORTE.....	26
Tabla n.º 1.21	Cantidad y costos de impresión descentralizada en la provincia del SUR.....	26

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura n.º 1.1	Organigrama gerencial de Dirección de Operaciones	12
Figura n.º 1.2	Organigrama de la empresa América Móvil Perú SAC	13
Figura n.º 1.3	Modelo De días de distribución por ciclo de facturación	16
Figura n.º 1.4	Grafico de recibos devueltos por Departamento – Región Norte.....	18
Figura n.º 1.5	Grafico de recibos devueltos por Departamento – Región Norte.....	19
Figura n.º 1.6	Descripción de encuesta a clientes con servicio de América Móvil	21
Figura n.º 1.7	Metodología de Focus Group.....	21
Figura n.º 1.8	Resultados de satisfacción e insatisfacción según encuesta en segmento corporativo.	22
Figura n.º 1.9	Resultados de satisfacción e insatisfacción según encuesta en segmento masivo.	22
Figura n.º 1.10	Gráfico de motivos de entrega de recibos físicos y electrónicos.....	23
Figura n.º 1.11	Diagrama de pareto según causas de rezagos.....	24
Figura n.º 1.12	Costos y cantidades de Impresión, Distribución y Supervisión	27
Figura n.º 3.1	Organigrama de la Dirección de Operaciones	36
Figura n.º 3.2	Diagrama del proceso de impresión y distribución.....	39
Figura n.º 3.3	Diagrama proceso Admisión de Clientes	41
Figura n.º 3.4	Diagrama de gestión de procesos de la gerencia de cadenas.....	43
Figura n.º 3.5	Diagrama de gestión de procesos de la gerencia de cadenas.....	47
Figura n.º 3.6	Diagrama de Proceso de Distribución Anterior	50
Figura n.º 3.7	Diagrama de Proceso de Distribución Actual.....	52

RESUMEN

La presente investigación planteó como título optimización del proceso de distribución de la facturación y su relación con la satisfacción al cliente de la empresa América Móvil Perú S.A. 2016. Asimismo se desarrolló como objetivo mejorar el grado de satisfacción del cliente a nivel nacional, optimizar los costos en los procesos de impresión y distribución de los recibos de los clientes a nivel nacional, optimizar el proceso de distribución a nivel nacional. La metodología aplicada para la siguiente investigación fue de análisis bibliográfico y análisis histórico de datos. Llegando a la siguiente conclusión tener un alto porcentaje de clientes satisfechos, mejorar y optimizar los procesos operativos internos.

Palabras Claves: Satisfacción, Distribución, Optimización, Costos, Procesos, Gestión, Metodología.

ABSTRACT

This study his like main tittle improvement of bill distribution process and its relation with América Móvil Perú Enterprise customer level's satisfaction, do more efficient the costs about Bill's print process and Bill's distribution process. The methodology employed was bibliographic analysis and historic database, arriving to the follow conclusión: Obtain a high percent of satisfied clients, improve and optimize the internal operative process.

Keywords: Satisfaction, Distribution, Optimization, Costs, Processes, Management, Methodology.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes

América Móvil Perú SAC es la filial de la compañía de telefonía móvil Claro en Perú, opera en el país desde el 10 de agosto de 2005 y es una de las empresas líderes en el sector de telecomunicaciones, con cerca de 3,8 millones de clientes (OSIPTEL, Diciembre 2015) y forma parte del Grupo transnacional América Móvil.

Fue reconocida como la empresa con mejor reputación corporativa de acuerdo a MERCO 2014 (Monitor de Reputación corporativa).

Ofrece a sus clientes una red de alta calidad y amplia cobertura en los 24 departamentos del Perú. En octubre del 2010 se fusionó con Telmex, por lo que en la actualidad brinda servicios domésticos Telefonía Fija, Telefonía Móvil, Internet, Televisión por Cable, Televisión Satelital, 2 Play, 3 Play, Páginas Claro, Revista 15 Minutos, Claro Video, Claro Club.

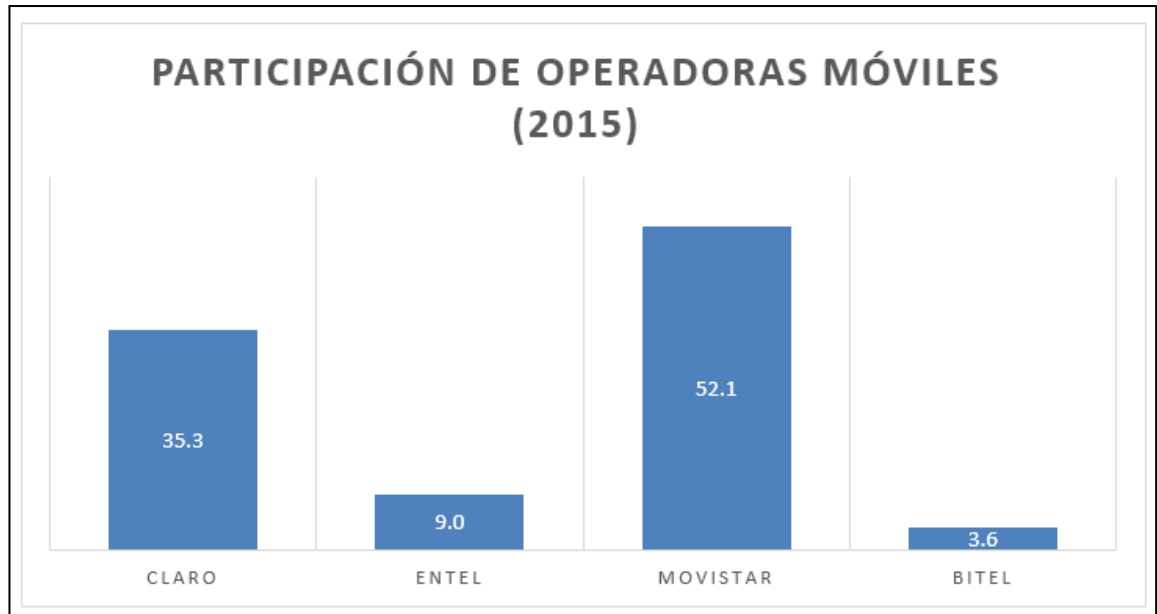
Cuenta con una red GSM en la banda de 1900 Mhz y banda 700 Mhz, dispone de redes EDGE y UMTS con planes de lanzamiento comercial a corto plazo.

En abril de 2008 fue la primera empresa en lanzar un servicio 3G sobre una plataforma GSM, usando la tecnología HSDPA en la banda de 850 MHz a una velocidad de hasta 1,5 Mbps.

En mayo de 2014 lanzó su nuevo servicio de 4G LTE disponible inicialmente solo para Lima con ello Claro se convirtió en la primera operadora de telefonía móvil en habilitar el sistema de Internet de alta velocidad 4G LTE para los usuarios de líneas móviles prepago, con lo que esperan atraer a los más de 21 millones de clientes de las empresas telefónicas que tienen este tipo de contratos.

La red 4G LTE de Claro tiene presencia en 61 distritos del país en 12 departamentos del país y se espera que en los próximos meses amplíe en el territorio nacional.

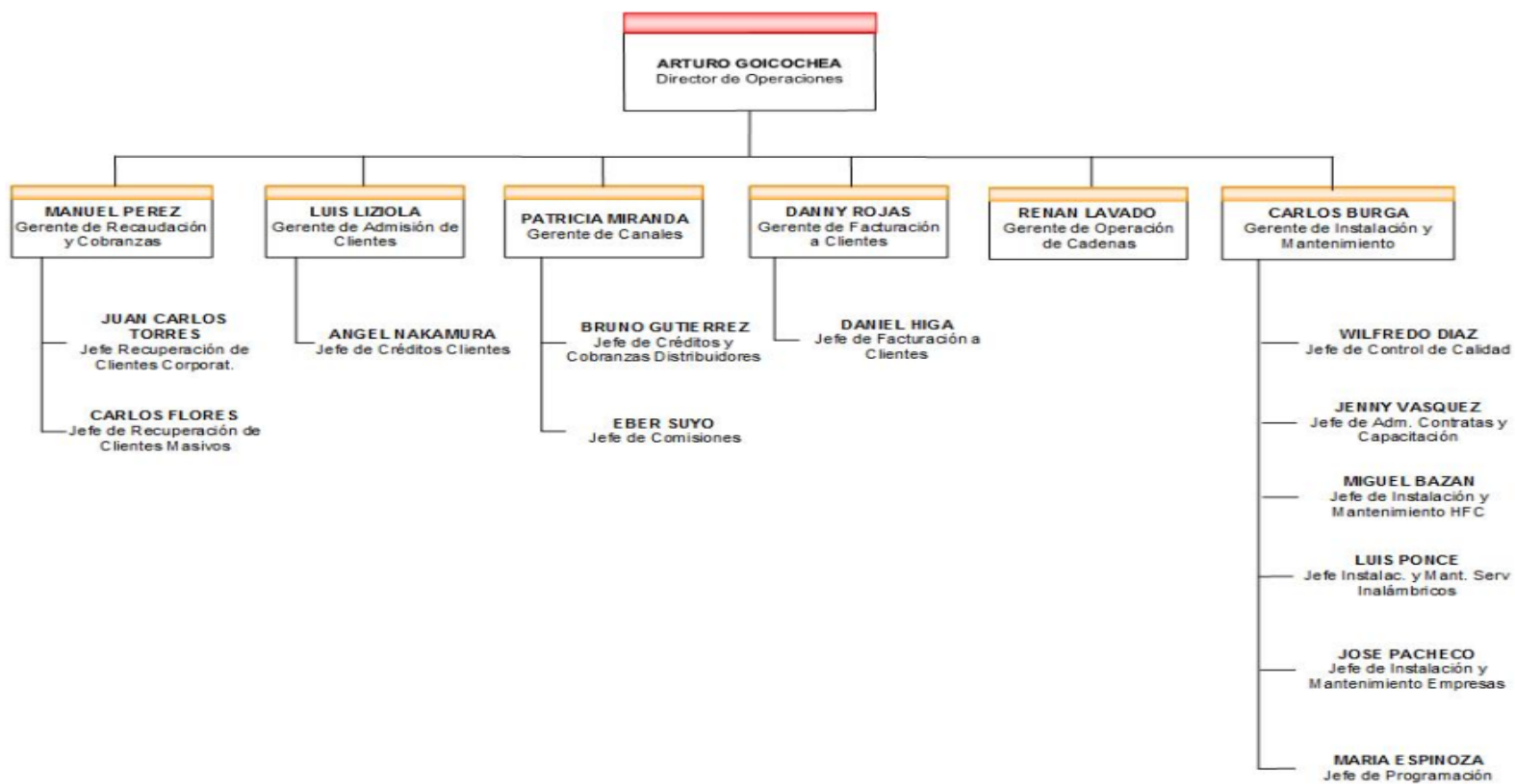
Tabla n.º 1.1 Participación de Operadoras Móviles 2015



Fuente: Osiptel 2015, La empresa América Móvil Perú S.A. sostiene el 35.3% correspondiente a 12.1 millones de líneas a nivel nacional.

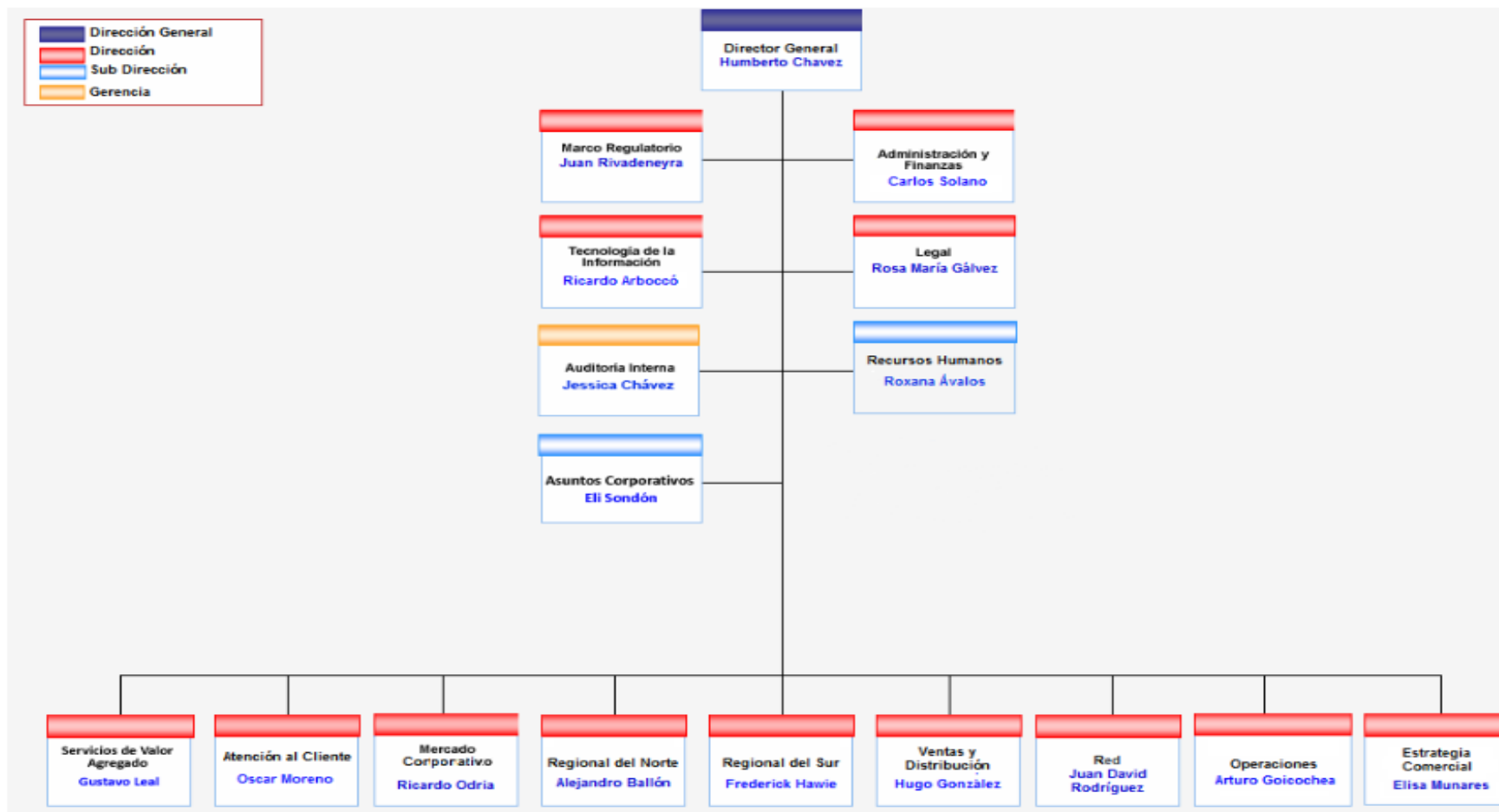
El área en el que actualmente desempeñamos nuestras labores pertenece a la dirección de Operaciones, Gerencia de Facturación a Clientes, específicamente en el área de Gestión de Impresión y Distribución.

Figura n.º 1.1 Organigrama gerencial de Dirección de Operaciones



Fuente: Claro 2016

Figura n.º 1.2 Organigrama de la empresa América Móvil Perú SAC



Fuente: Claro 2016

La Dirección de Operaciones, se encarga de los siguientes procesos como instalación y mantenimiento, facturación de cadenas DAC (Distribuidor autorizado de Claro), cobranzas y recaudación, activación y evaluación de clientes nuevos, y por último a la facturación de recibos a clientes masivos y corporativos.

El proceso de la Gerencia de Facturación consta de realizar la validación, impresión y distribución de 25 ciclos de facturación para los servicios Móvil y Fija, los cuales se genera muchas veces dejando un día.

Tabla n.º 1.2 Cantidad de recibos por ciclo de facturación

CICLO DE FACTURACIÓN	FIJO	MOVIL	CANTIDAD
CICLO 01	25,131	39,870	65,001
CICLO 03	37,520	347,458	384,978
CICLO 05	19,223	176,959	196,182
CICLO 06	3,451	117,895	121,346
CICLO 08	21,339	149,299	170,638
CICLO 09	11,151	158,763	169,914
CICLO 11	45,765	166,882	212,647
CICLO 12	22,751	235,612	258,363
CICLO 14	21,538	227,450	248,988
CICLO 16	10,940	235,182	246,122
CICLO 18	27,865	259,216	287,081
CICLO 20	78,849	210,772	289,621
CICLO 22	16,886	98,790	115,676
CICLO 24	22,355	243,850	266,205
CICLO 26	21,250	272,988	294,238
CICLO 28	5	32,560	32,565
Datos Post Pago	3,184	-	3,184
3Play30 Vencido	15,321	-	15,321
3Play30 Adelantado	22,199	91	22,290
Telefonía	3,295	-	3,295
Claro Empresas	43,307	-	43,307
3Play10 Vencido	6,578	-	6,578
DTH	453	-	453
3Play20 Adelantado	36,105	-	36,105
TPI	112	-	112
TOTAL	516,573	2,973,637	3,490,210

Fuente: Claro 2016.

El proceso de facturación consiste en validar (detectar errores de facturación) sobre el 100% de las líneas contratadas por los clientes a la empresa América Móvil Perú SAC, a través de procesos automáticos y semiautomáticos; posterior a la validación se procede con la corrección de dichos errores y se realiza la emisión de los documentos por cada ciclo de facturación. Finalizado el proceso de la validación se prepara la información respectiva para que se proceda con la impresión y distribución de los documentos vía físico el cual es transmitido a la imprenta por una ruta de acceso dedicado y vía electrónica por medio de un archivo PDF a través de un aplicativo.

Se considera el tiempo de inicio de impresión a partir de la recepción de la data en cada envío por parte de la imprenta; y se calcula en función al volumen de recibos a imprimir, siendo de obligatorio cumplimiento los tiempos siguientes:

Tabla n.º 1.3 Cuadro de Tiempos de Impresión según volumen

VOLUMEN DE RECIBOS	HORAS
Hasta 70mil recibos	24
Cada 40mil recibos adicionales	12

La coordinación de la transmisión de data y cantidades a imprimir las realiza el analista de impresión mediante correo electrónico.

Tabla n.º 1.4 Cuadro de programación de impresión y distribución

ITEM	FECHA	HORA	PROCESO	OBSERVACIÓN
1	Viernes 07 de Octubre 2016	11:00	Inicio Transmisión por canal dedicado de AFP.	Confirmar recepción por correo.
2	Viernes 07 de Octubre 2016	11:30	Fin Transmisión por canal dedicado de AFP	
3	Viernes 07 de Octubre 2016	12:00	Confirmación de recepción y carga de AFP	Confirmación de cantidades enviadas por email.
4	Sábado 08 de Octubre 2016	12:00	Entrega total de recibos	Cant 33,849 recibos.

Fuente: Claro 2016

Una vez finalizada la impresión de documentos, el analista de Claro realiza la coordinación con el Courier del recojo de la mercadería y el inicio de la distribución, todo a través del correo electrónico.

Tabla n.º 1.5 Cuadro de Indicaciones al Courier para proceso de distribución

NOMBRE ARCHIVO	CANTIDAD
C0110_MGM_IMP_LIMA_RESTANTES_12211	12,211
C0110_MGF_IMP_LIMA_RESTANTES_8354	8,354
C0110_MGM_IMP_PROV_RESTANTES_11339	11,339
C0110_MGF_IMP_PROV_RESTANTES_1945	1,945
TOTAL	33,849

Fuente: Claro 2016

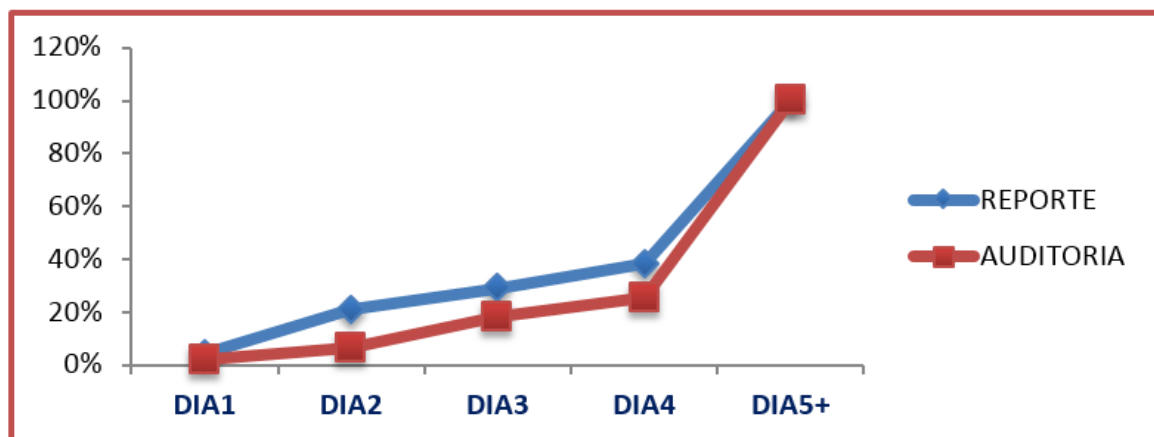
Tabla n.º 1.6 Cronograma de proceso de impresión y distribución

ITEM	FECHA	HORA	PROCESO
1	lunes, 10 de octubre de 2016	08:00	Entrega del 100% de recibos impresos y ensobrados de Lima + Cargos correspondientes a dichos recibos.
2	lunes, 10 de octubre de 2016	12:00	Inicio de Habilitado
3	martes, 11 de octubre de 2016	08:00	Reporte de Faltantes
4	martes, 11 de octubre de 2016	08:00	Inicio de la distribución – LIMA
5	miércoles, 12 de octubre de 2016	08:00	Inicio de la distribución – PROVINCIAS
6	jueves, 13 de octubre de 2016	23:00	Fin de la distribución – LIMA
7	viernes, 14 de octubre de 2016	23:00	Fin de la distribución – PROVINCIAS
8	lunes, 24 de octubre de 2016	15:00	Envío del Reporte de Cierre
9	lunes, 31 de octubre de 2016	15:00	Confirmación del 100% de las imágenes en Web

Fuente: Claro 2016

Concluida la distribución el Courier envía un reporte en Excel con el total de documentos distribuidos, cada uno de ellos con el estado de entrega y la fecha, estos con el fin de realizar la auditoria correspondiente y de generar los indicadores solicitados por la gerencia de Facturación a Clientes.

Figura n.º 1.3 Modelo De días de distribución por ciclo de facturación



COURIER 1	DIAS	REPORTE			AUDITORIA		
		Cant.	%	% Acum.	Cant.	%	% Acum.
	DIA1	49	4%	4%	19	2%	2%
	DIA2	185	17%	21%	55	5%	7%
	DIA3	89	8%	29%	126	11%	18%
	DIA4	101	9%	38%	84	8%	26%
	DIA5+	687	62%	100%	827	74%	100%
	Total	1111	100%		1111	100%	

Fuente: Claro 2016

Tabla n.º 1.7 Reporte de efectividad en Proceso de Distribución

MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
TOTAL	1,151,238	1,121,812	1,178,893	1,167,542	1,150,880	1,110,393	964,908	969,750
Base de buenos que se facturan en el mes	879,898	881,218	918,569	895,664	879,891	877,935	745,662	703,741
Base de nuevos en el mes	132,506	101,685	106,346	111,446	107,777	66,739	86,015	124,638
Base de malos que se facturan en el mes	138,834	138,909	153,978	160,432	163,212	165,719	133,231	141,371
ENTREGADOS	1,017,805	997,345	1,040,755	1,022,759	997,844	963,428	848,810	839,736
Entregados buenos	867,754	868,780	906,321	881,934	865,131	863,808	726,720	691,187
Entregados nuevos	103,362	78,254	78,915	84,409	76,180	43,859	68,331	100,440
Entregados malos	46,689	50,311	55,519	56,416	56,533	55,761	53,759	48,109
DEVUELTOS	133,433	124,467	138,138	144,783	153,036	146,965	116,098	130,014
Devueltos buenos	12,144	12,438	12,248	13,730	14,760	14,127	18,942	12,554
Devueltos nuevos	29,144	23,431	27,431	27,037	31,597	22,880	17,684	24,198
Devueltos malos	25,517	23,710	16,851	18,739	14,509	17,124	9,816	11,875
Devueltos Malos Malos	66,628	64,888	81,608	85,277	92,170	92,834	69,656	81,387
Calidad de la distribución	98.6%	98.6%	98.7%	98.5%	98.3%	98.4%	97.5%	98.2%
Calidad de la base de nuevos clientes	78.0%	77.0%	74.2%	75.7%	70.7%	65.7%	79.4%	80.6%
Inconsistencia en la base mala	33.6%	36.2%	36.1%	35.2%	34.6%	33.6%	40.4%	34.0%
Calidad de la base	93.84%	94.36%	94.85%	94.50%	94.25%	94.68%	94.81%	94.53%
Calidad de la base general	88.4%	88.9%	88.3%	87.6%	86.7%	86.8%	88.0%	86.6%

Fuente: Claro 2016

Como parte del proceso de indicadores de distribución detallamos la cantidad de devoluciones por región y departamento que se realiza la entrega del recibo.

Tabla n.º 1.8 Cantidad de recibos devueltos – Región Centro

REGION CENTRO	CANTIDAD RECIBOS DEVUELTOS	% DEVOLUCIÓN	TOTAL DE RECIBOS
AYACUCHO	5,016	44%	11,471
HUANCAVELICA	3,764	71%	5,267
HUANUCO	10,858	51%	21,156
ICA	3,990	17%	24,113
JUNIN	13,703	42%	32,391
LORETO	1,789	20%	9,081
PASCO	3,937	77%	5,123
SAN MARTIN	4,280	41%	10,337
UCAYALI	2,718	30%	8,918
TOTAL	50,055	39%	127,857

Tabla n.º 1.9 Cantidad de recibos devueltos – Región Lima

REGION LIMA	CANTIDAD RECIBOS DEVUELTOS	% DEVOLUCIÓN	TOTAL DE RECIBOS
LIMA	48,753	7%	700,882
TOTAL	48,753	7%	700,882

Tabla n.º 1.10 Cantidad de recibos devueltos – Región Norte

REGION NORTE	CANTIDAD RECIBOS DEVUELTOS	% DEVOLUCIÓN	TOTAL DE RECIBOS
AMAZONAS	1,960	37%	5,294
ANCASH	3,914	17%	22,576
LAMBAYEQUE	11,085	32%	34,957
LA LIBERTAD	16,011	19%	82,978
CAJAMARCA	1,395	5%	30,949
PIURA	3,336	11%	30,629
TUMBES	772	13%	6,139
TOTAL	38,473	18%	213,522

Figura n.º 1.4 Grafico de recibos devueltos por Departamento – Región Norte

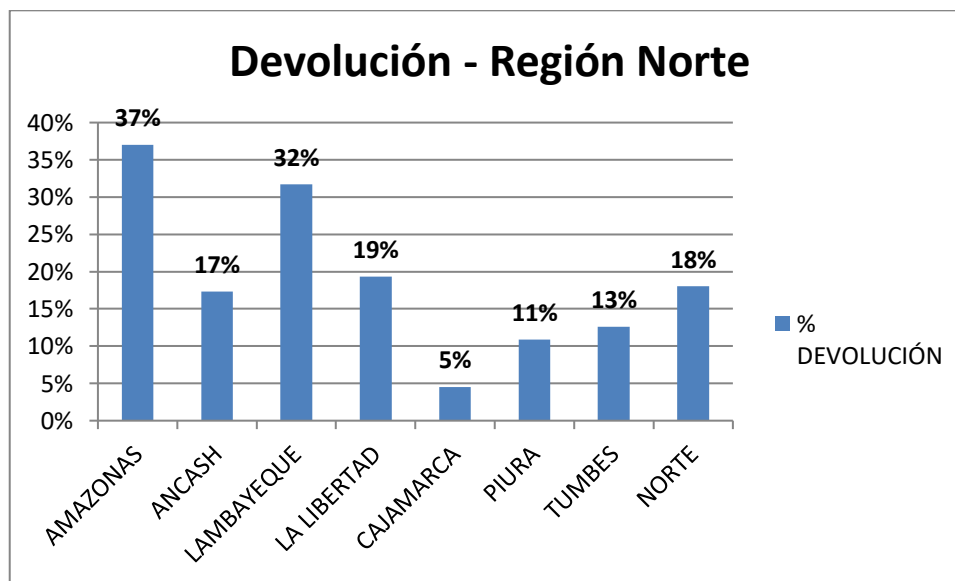
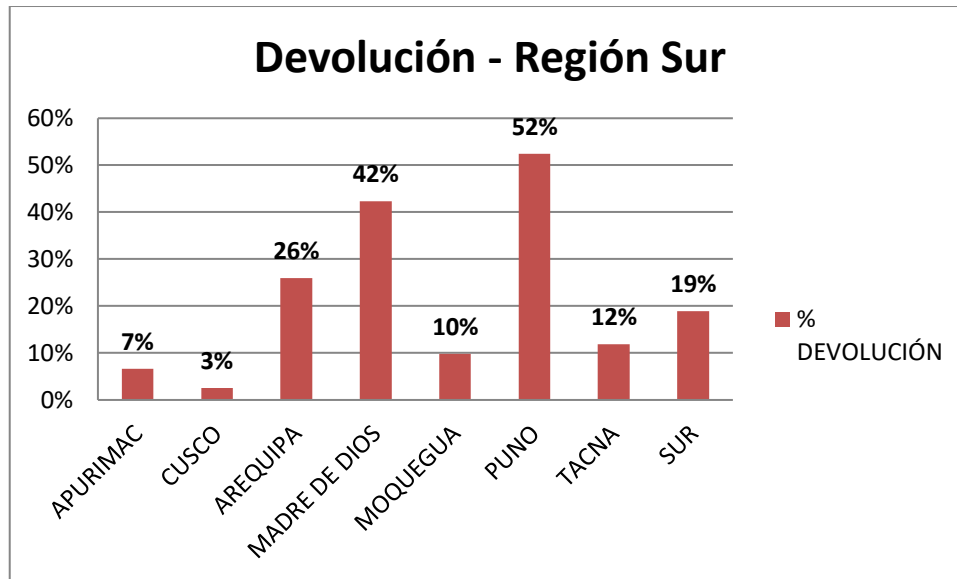


Tabla n.º 1.11 Cantidad de recibos devueltos – Región Sur

REGION	CANTIDAD RECIBOS DEVUELTOS	% DEVOLUCIÓN	TOTAL DE RECIBOS
APURIMAC	898	7%	13,611
CUSCO	2,936	3%	113,999
AREQUIPA	19,097	26%	73,704
MADRE DE DIOS	6,795	42%	16,038
MOQUEGUA	892	10%	9,117
PUNO	20,594	52%	39,278
TACNA	1,736	12%	14,565
TOTAL	52,948	19%	280,312

Figura n.º 1.5 Gráfico de recibos devueltos por Departamento – Región Norte



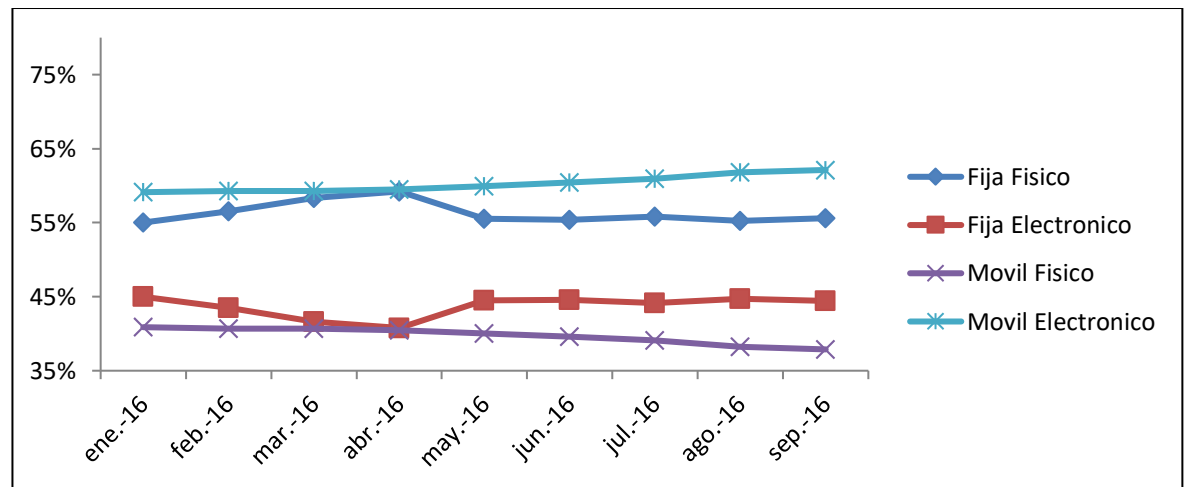
A pesar que América Móvil en cumplimiento de la responsabilidad social y ecológica tratando de reducir papel, ha realizado varias promociones incentivando la afiliación al recibo electrónico, sin embargo, hay personas que se resisten a la tecnología y el indicador de afiliación aun no supera a la cantidad de físicos.

Tabla n.º 1.12 Cuadro de porcentaje de afiliación al envío electrónico

	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16	sep-16
Físico	42.0%	43.0%	43.0%	43.0%	42.0%	42.0%	41.0%	40.0%	40.0%
Electrónico	58.0%	57.0%	57.0%	57.0%	58.0%	58.0%	59.0%	60.0%	60.0%

Fuente: Claro 2016

Tabla n.º 1.13 Porcentaje de Afiliación al correo electrónico



Fuente: Claro 2016

Dentro de las promociones podemos detallar las siguientes campañas de afiliación:

- Recibos por Email – Medio Ambiente
- Sorteo de 10 Iphone 6
- Campaña de Apoyo a la Compañía de Bomberos del Perú
- Apoyo a la asociación de ANIQUEM

Asimismo, para comprender el proceso de impresión y distribución antes de la mejora lo explicamos a continuación:

A partir del año 2015, América Móvil Perú S.A. acogió una forma de cómo medir la satisfacción con los servicios que otorga a sus clientes, se trabajó bajo el indicado NPS obteniendo un resultado “aceptable” ante la única pregunta que utiliza la herramienta y es: ¿Cuál es la probabilidad de que usted recomiende nuestro producto o servicio?.

Es por ello que la empresa a partir de este indicado informó a todas las áreas para que se tome conciencia y logremos no un resultado “aceptable” sino un resultado “EXCELENTE”.

El área de recursos humanos llevó a cabo la ejecución de dos actividades que nos permitían identificar de forma detallada cuales eran esos inconvenientes por parte del cliente que no permitía dar una recomendación, para ello realizaron una encuesta y un focus group.

A través de estas herramientas se pudo identificar los problemas que el cliente toma como insatisfacción y que fueron absorbidas para todas las áreas de la empresa.

Figura n.º 1.6 Descripción de encuesta a clientes con servicio de América Móvil



Figura n.º 1.7 Metodología de Focus Group



Metodología

Método: Focus Groups

Muestra: Hombres y mujeres clientes de los servicios de telefonía fija y móvil, cable e internet, que presentaron reclamos por el servicio.

MUESTRA

Grupo	Sexo	Estado del servicio
1	Mixto	Reclamos
2	Mixto	Reclamos
3	Mixto	Reclamos
4	Mixto	Reclamos
5	Mixto	Reclamos
6	Mixto	Reclamos

El área de impresión y distribución al analizar estos resultados identificó que la mayor insatisfacción que lo afecta es que el recibo no llega a tiempo.

Figura n.º 1.8 Resultados de satisfacción e insatisfacción según encuesta en segmento corporativo.

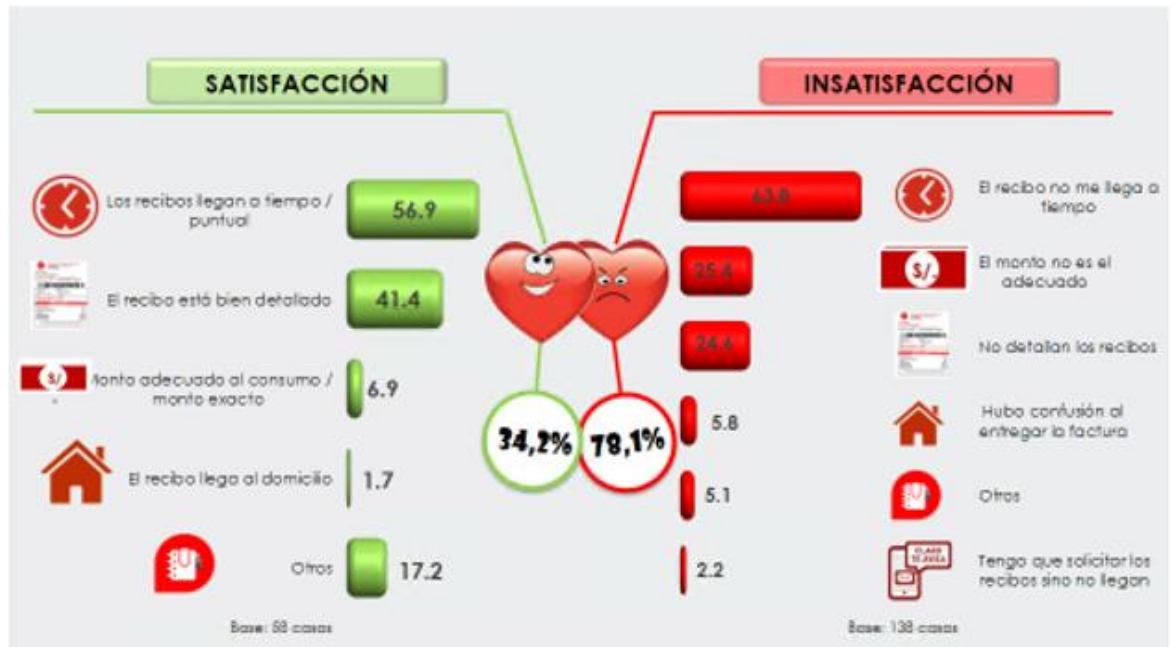
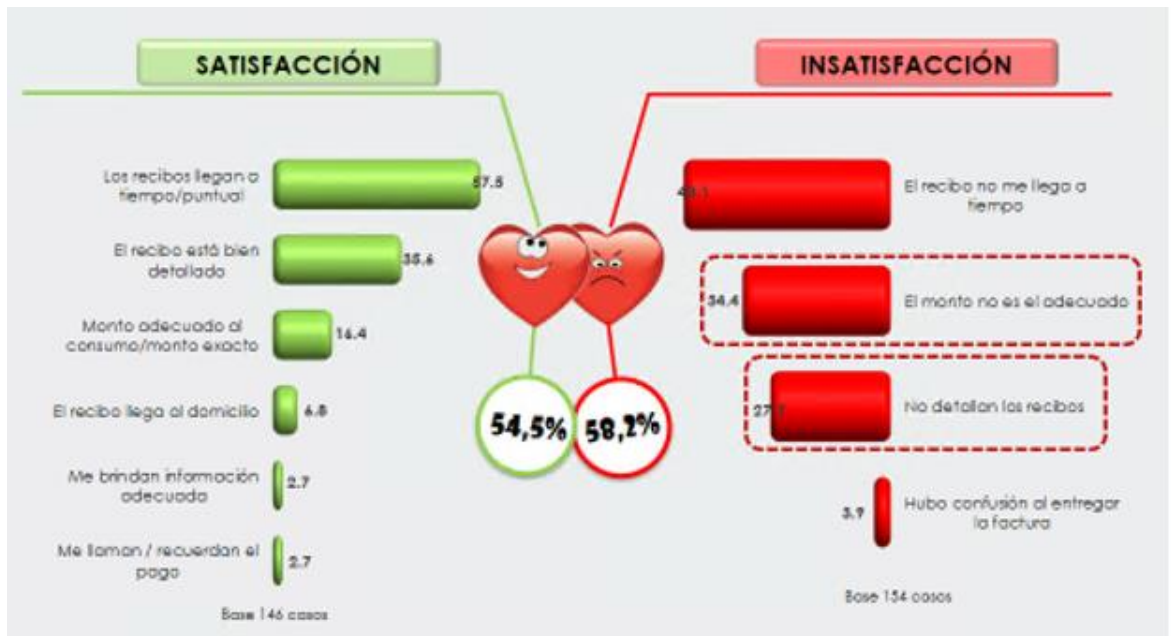
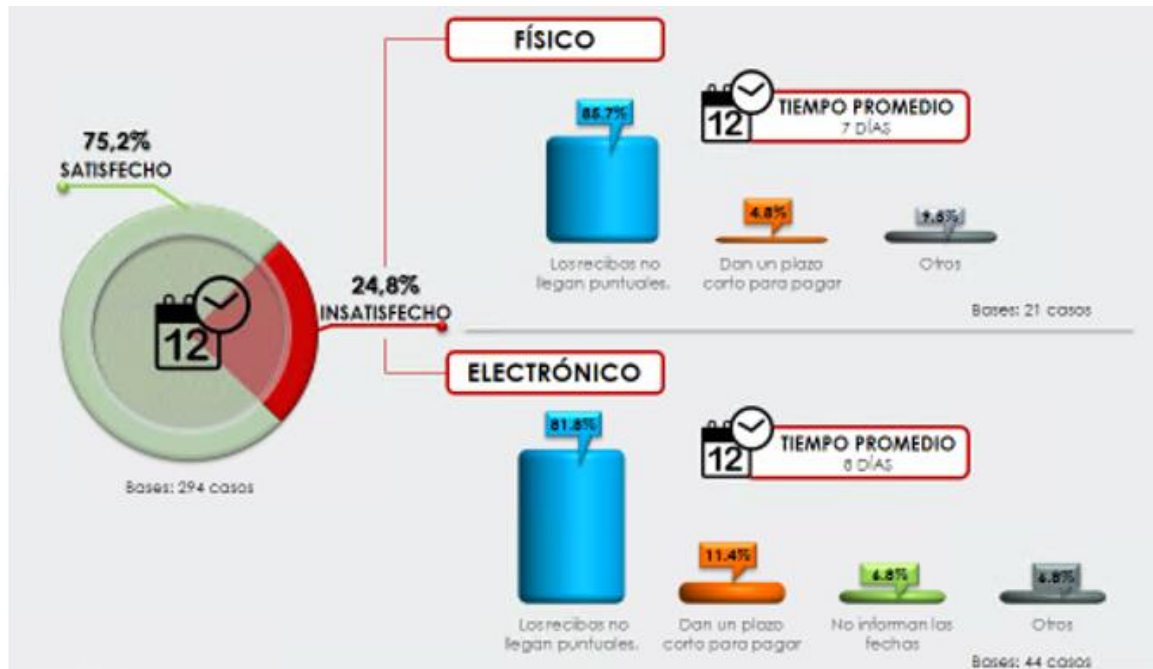


Figura n.º 1.9 Resultados de satisfacción e insatisfacción según encuesta en segmento masivo



Ante esta casuística se procedió a realizar un mapeo de todas las actividades del proceso con el fin de poder buscar una solución que permita reducir el porcentaje de la encuesta.

Figura n.º 1.10 Gráfico de motivos de entrega de recibos físicos y electrónicos



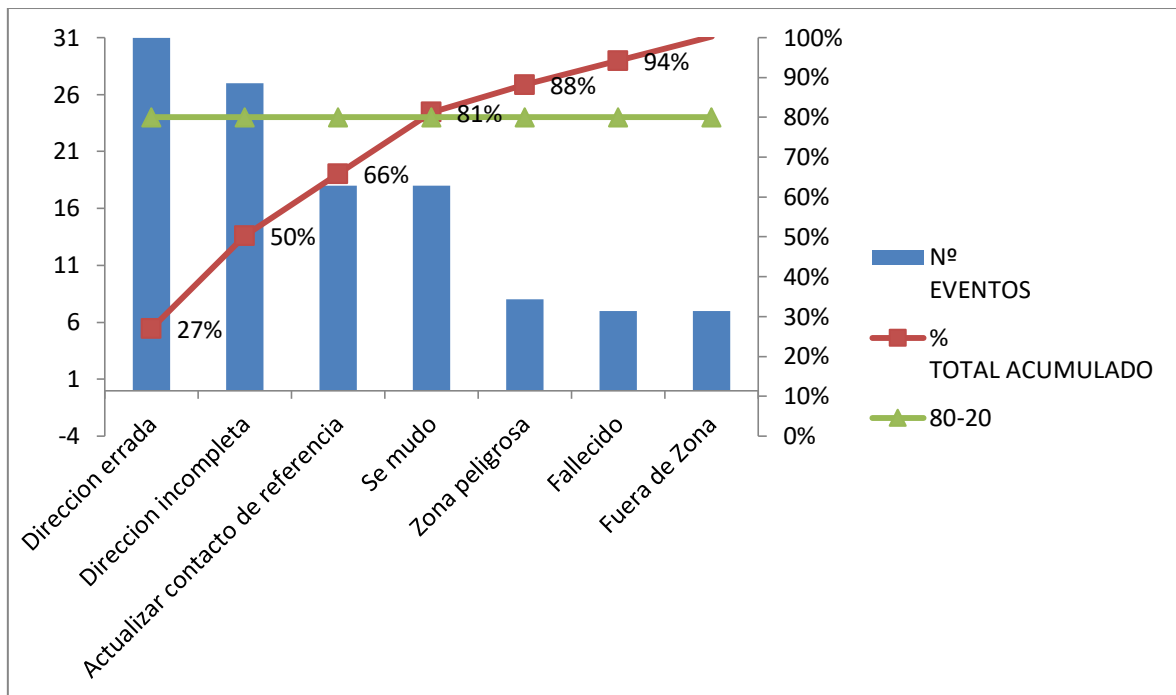
Dentro del análisis de los resultados se pudo identificar los motivos que afectan el grado de satisfacción al cliente, en ello se pensó en mapear los motivos de los rezagos por el cual al cliente no le llega su recibo.

Tabla n.º 1.14 Cuadro de causas y/o motivos de rezagos de entrega de recibos.

MOTIVO DE REZAGOS	Nº EVENTOS	Nº EVENTOS ACUMULADOS	% TOTAL	% TOTAL ACUMULADO	80-20
Dirección errada	31	31	27%	27%	80%
Dirección incompleta	27	58	23%	50%	80%
Actualizar contacto de referencia	18	76	16%	66%	80%
Se mudo	18	94	16%	81%	80%
Zona peligrosa	8	102	7%	88%	80%
Fallecido	7	109	6%	94%	80%
Fuera de Zona	7	116	6%	100%	80%
TOTAL	116	586	100%		

Fuente: Claro 2016

Figura n.º 1.11 Diagrama de Pareto según causas de rezagos.



El diagrama de Pareto nos muestra que a partir de la causa “Se mudó” hasta “Dirección Errada”, son las prioridades que debe tomar la empresa o directamente el área de impresión y distribución para optar con la optimización de la distribución a través de la impresión descentralizada.

A continuación detallamos el proceso de la impresión y distribución antes y después de la mejora que nos permitió mejorar la satisfacción al cliente, reducción de costos y optimización de los procesos internos de distribución:

Proceso Anterior

Tabla n.º 1.15 Cronograma Impresión y Distribución - Proceso Anterior

ITEM	FECHA	HORA	PROCESO
1	lunes, 10 de octubre de 2016	08:00	Entrega del 100% de recibos impresos y ensobrados de Lima + Cargos correspondientes a dichos recibos. RECOJO IMPRENTA
2	lunes, 10 de octubre de 2016	12:00	Inicio de Habilitado
3	martes, 11 de octubre de 2016	08:00	Reporte de Faltantes
4	martes, 11 de octubre de 2016	08:00	Inicio de la distribución – LIMA
5	miércoles, 12 de octubre de 2016	08:00	Inicio de la distribución – PROVINCIAS
6	jueves, 13 de octubre de 2016	23:00	Fin de la distribución – LIMA
7	viernes, 14 de octubre de 2016	23:00	Fin de la distribución – PROVINCIAS
8	lunes, 24 de octubre de 2016	15:00	Envío del Reporte de Cierre
9	lunes, 31 de octubre de 2016	15:00	Confirmación del 100% de las imágenes en Web

Fuente: Claro 2016

Tabla n.º 1.16 Cuadro de Indicaciones – Proceso Anterior

NOMBRE ARCHIVO	CANTIDAD
C0110_MGM_ENOT_LIMA_RESTANTES_12211	12,211
C0110_MGF_ENOT_LIMA_RESTANTES_8354	8,354
C0110_MGM_ENOT_PROV_RESTANTES_11339	11,339
C0110_MGF_ENOT_PROV_RESTANTES_1945	1,945
TOTAL	33,849

Fuente: Claro 2016

Proceso Actual

Tabla n.º 1.17 Cronograma Impresión y Distribución - Proceso Actual

ITEM	FECHA	HORA	PROCESO
1	lunes, 10 de octubre de 2016	08:00	Entrega del 100% de recibos impresos y ensobrados de CHICLAYO / AREQUIPA + Cargos correspondientes a dichos recibos.
2	lunes, 10 de octubre de 2016	10:00	Inicio de Habilitado
3	martes, 11 de octubre de 2016	08:00	Inicio de la distribución – CHICLAYO / AREQUIPA
4	miércoles, 12 de octubre de 2016	08:00	Inicio de la distribución – PROVINCIAS
5	jueves, 13 de octubre de 2016	23:00	Fin de la distribución – CHICLAYO / AREQUIPA
6	viernes, 14 de octubre de 2016	23:00	Fin de la distribución – PROVINCIAS
7	lunes, 24 de octubre de 2016	15:00	Envío del Reporte de Cierre
8	lunes, 31 de octubre de 2016	15:00	Confirmación del 100% de las imágenes en Web

Fuente: Claro 2016

Tabla n.º 1.18 Cuadro de Indicaciones – Proceso Actual

NOMBRE ARCHIVO	CANTIDAD
C0110_MGM_URBAN_PROV_TUMBES_151	151
C0110_MGM_URBAN_PROV_TACNA_233	233
C0110_MGM_URBAN_PROV_PUNO_1657	1,657
C0110_MGM_URBAN_PROV_PIURA_996	996
C0110_MGM_URBAN_PROV_MOQUEGUA_229	229
C0110_MGM_URBAN_PROV_LAMBAYEQUE_984	984
C0110_MGM_URBAN_PROV_LA LIBERTAD_1813	1,813
C0110_MGM_URBAN_PROV_AREQUIPA_2384	2,384
TOTAL	8,847

Fuente: Claro 2016

Tabla n.º 1.19 Cuadro de Indicaciones – Proceso Actual

NOMBRE ARCHIVO	CANTIDAD
C0110_MGF_URBAN_PROV_TUMBES_123	123
C0110_MGF_URBAN_PROV_TACNA_504	504
C0110_MGF_URBAN_PROV_PUNO_120	120
C0110_MGF_URBAN_PROV_PIURA_616	616
C0110_MGF_URBAN_PROV_MOQUEGUA_67	67
C0110_MGF_URBAN_PROV_LAMBAYEQUE_808	808
C0110_MGF_URBAN_PROV_LA LIBERTAD_1234	1,234
C0110_MGF_URBAN_PROV_AREQUIPA_678	678
TOTAL	4,150

Al analizar los recuadros podemos identificar que antes el inicio del 100% de la distribución en provincias era el día 12 de Octubre, ahora con la implementación descentralizada es el martes 11 de Octubre, beneficiando a los clientes con la entrega anticipada de los documentos y el beneficio por parte de la empresa es la reducción de costos.

A la empresa también les beneficia con la reducción de la tarifa de distribución en Chiclayo y Arequipa respectivamente:

Tabla n.º 1.20 Cantidad y costos de impresión descentralizada en la provincia del NORTE

MES	Q Recibos	Diferencia S/.	Imprime Norte S/ 0.30	Imprime LIMA S/ 0.80
Enero	20,273	10,137	6,082	16,218
Febrero	19,698	9,849	5,909	15,758
Marzo	19,796	9,898	5,939	15,837
Abril	24,609	12,305	7,383	19,687
Mayo	20,033	10,017	6,010	16,026
Junio	25,227	12,614	7,568	20,182
Julio	20,022	10,011	6,007	16,018
Agosto	21,037	10,519	6,311	16,830
Septiembre	22,242	11,121	6,673	17,794
Octubre	21,793	10,897	6,538	17,434
Noviembre	23,037	11,519	6,911	18,430
Diciembre	24,368	12,184	7,310	19,494
TOTAL	262,135	131,071	78,641	209,708

Fuente: Claro 2016

Tabla n.º 1.21 Cantidad y costos de impresión descentralizada en la provincia del SUR

MES	Q Recibos	Diferencia S/.	Imprime Sur S/ 0.30	Imprime LIMA S/ 0.80
Enero	20,881	10,441	6,264	16,705
Febrero	20,289	10,144	6,087	16,231
Marzo	20,390	10,195	6,117	16,312
Abril	25,347	12,674	7,604	20,278
Mayo	20,634	10,317	6,190	16,507
Junio	25,984	12,992	7,795	20,787
Julio	20,623	10,311	6,187	16,498
Agosto	21,668	10,834	6,500	17,334
Septiembre	22,909	11,455	6,873	18,327
Octubre	22,447	11,223	6,734	17,957
Noviembre	23,728	11,864	7,118	18,982
Diciembre	25,099	12,550	7,530	20,079
TOTAL	269,999	135,000	80,999	215,997

Fuente: Claro 2016

Figura n.º 1.12 Costos y cantidades de Impresión, Distribución y Supervisión

2014	2015	% Var	PPTO 2017	Var. Abs	% Var	Gastos de Facturación	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16	sep-16	oct-16	nov-16	dic-16	
0	15,106,435	0%	16,094,528	-2,351,670	-13%	Facturación • Sop Bolsa de Horas	1,262,414	1,472,349	1,257,888	1,580,947	1,616,969	1,551,270	1,397,336	1,725,816	1,702,118	1,663,971	1,625,773	1,589,346	
13,731,095	15,106,435	10%	16,094,528	-1,741,086	-10%	Total Gastos Consolidados de Facturación	1,262,414	1,472,349	1,257,888	1,435,855	1,455,895	1,394,248	1,249,940	1,725,816	1,702,118	1,663,971	1,625,773	1,589,346	
11,663,830	12,489,808	7%	10,981,202	-2,328,117	-17%	Gastos de Facturación Móvil	1,002,351	1,244,641	1,037,720	1,197,263	1,186,541	1,144,417	999,222	1,165,674	1,141,392	1,102,341	1,063,323	1,024,433	
2,067,265	2,616,627	27%	3,047,874	-617,817	-17%	Gastos de Facturación Fija	260,062	227,709	220,167	238,592	269,355	249,831	250,718	388,021	388,605	389,509	390,330	392,792	
0	0	0%	2,065,452	594,264	40%	Servicio Bolsa de horas	0	0	0	145,092	161,074	157,021	147,396	172,121	172,121	172,121	172,121	172,121	
Gastos de Facturación Móvil																			
6,822,206	6,912,981	1%	6,166,672	-1,143,331	-16%	Distribucion Recibos Postpago	556,461	748,403	605,908	624,365	619,906	630,354	583,066	623,852	609,940	589,574	569,226	548,947	
6,822,206	6,912,981	1%	6,166,672	-1,143,331	-16%	Serv. Courier - Recibo Físico	556,461	748,403	605,908	624,365	619,906	630,354	583,066	623,852	609,940	589,574	569,226	548,947	
2,403,999	2,845,755	18%	3,066,273	-201,926	-6%	S.L. del Peru S.A.C.	241,113	327,862	251,887	234,574	259,183	278,872	254,763	274,821	300,841	291,124	281,416	271,742	
4,925,744	5,340,621	8%	6,001,710	-393,071	-6%	Q de Recibos	502,444	494,214	508,440	519,861	551,579	551,579	487,363	537,915	588,846	569,827	550,825	531,888	
0.488	0.533	9%	0.511	0.000	0%	Costo Prom. Unitario	0.480	0.663	0.495	0.451	0.470	0.506	0.523	0.511	0.511	0.511	0.511	0.511	
1,864,748	1,174,422	-37%	0	-517,372	-100%	Dataimágenes SAC	69,000	95,053	70,188	70,140	69,729	56,443	53,588	33,233	0	0	0	0	
3,066,359	2,208,234	-28%	0	-894,065	-100%	Q de Recibos	131,862	123,904	127,358	127,829	131,111	131,111	61,414	59,476	0	0	0	0	
0.608	0.532	-13%	0	-0.579	-100%	Costo Prom. Unitario	0.523	0.767	0.551	0.549	0.532	0.430	0.873	0.559	0.559	0.559	0.559	0.559	
2,469,441	2,676,394	8%	3,100,399	-302,976	-9%	Urbano Express SRL	231,000	311,844	263,999	306,080	275,736	280,696	260,892	300,575	309,099	298,450	287,810	277,205	
4,336,678	4,827,243	-2%	5,653,733	-841,199	-10%	Q de Recibos	488,756	495,605	503,870	514,632	520,146	520,146	565,435	548,114	563,658	544,238	524,835	505,497	
0.500	0.554	11%	0.548	0.008	1%	Costo Prom. Unitario	0.473	0.629	0.524	0.532	0.530	0.540	0.461	0.548	0.548	0.548	0.548	0.548	
84,017	216,410	158%	0	-121,057	-100%	Enotria	15,349	13,644	19,834	13,572	15,259	14,354	13,823	15,223	0	0	0	0	
172,479	565,522	228%	0	-325,441	-100%	Q de Recibos	43,474	44,291	41,731	40,614	38,597	38,597	37,320	40,817	0	0	0	0	
0.487	0.383	-21%	0	-0.372	-100%	Costo Prom. Unitario	0.253	0.308	0.475	0.334	0.395	0.372	0.370	0.373	0.373	0.373	0.373	0.373	
2,083,571	2,139,494	3%	2,089,400	-159,901	-7%	Impresión de Recibos	206,079	209,553	171,713	177,017	164,789	167,556	162,259	204,904	206,376	199,524	192,677	185,854	
551,130	342,021	-38%	0	-131,473	-100%	Dataimágenes SAC	27,046	29,187	18,791	16,932	7,719	11,009	12,593	8,195	0	0	0	0	
3,477,049	2,287,888	-34%	0	-840,117	-100%	Q de Recibos - Físicos	176,339	124,087	127,538	127,829	131,111	94,903	58,310	0	0	0	0	0	
0.153	0.150	-6%	0	-0.156	-100%	Costo Prom. Unitario	0.153	0.235	0.147	0.132	0.059	0.116	0.141	0.141	0.141	0.141	0.141	0.141	
864,203	870,890	1%	1,333,273	249,129	23%	Enotria	72,592	78,179	68,424	66,301	61,619	66,107	60,880	111,577	130,993	126,738	122,486	118,249	
4,470,563	4,314,364	-3%	6,567,083	1,485,526	29%	Q de Recibos - Físicos	373,544	317,173	307,647	339,070	290,559	448,778	549,577	645,212	624,250	603,309	582,438		
0.193	0.202	4%	0.203	-0.010	-5%	Costo Prom. Unitario	0.194	0.246	0.222	0.196	0.212	0.147	0.203	0.203	0.203	0.203	0.203		
334,906	0	-100%	0	0	0%	Aleph Impresiones SRL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
3,136,738	0	-100%	0	0	0%	Q de Recibos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
0.107	0	-100%	0	0.000	0%	Costo Prom. Unitario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
290,533	400,000	38%	756,127	142,886	23%	Urbano	36,592	37,840	33,486	33,764	33,173	38,459	35,976	77,983	75,383	72,786	70,191	67,605	
1,771,627	2,366,846	34%	5,088,359	1,202,663	31%	Q de Recibos	232,861	234,091	236,513	241,020	245,465	246,551	524,790	507,292	489,814	472,352	454,948		
0.164	0.169	3%	0.149	-0.009	-6%	Costo Prom. Unitario	0.157	0.162	0.142	0.140	0.135	0.156	0.149	0.149	0.149	0.149	0.149		
42,799	48,322	13%	0	-5,900	-100%	Stampante Industrial	8,667	3,957	-6,723	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
86,392	262,770	204%	0	-64,574	-100%	Q de Recibos	32,287	32,287	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
0.495	0.184	-63%	0	-0.091	-100%	Costo Prom. Unitario	0.288	0.123	0	0	0	0	0.195	0.195	0.195	0.195	0.195		
0	450,034	0%	0	-326,851	-100%	Impresión y Soluciones TI SAC	51,122	52,313	44,885	47,463	46,260	38,197	39,462	7,148	0	0	0	0	
0	3,796,606	0%	0	-2,348,238	-100%	Q de Recibos	420,665	370,640	384,636	385,927	412,507	315,553	58,310	0	0	0	0	0	
0	0	0%	0	0	0%	Costo Prom. Unitario	0.122	0.141	0.117	0.123	0.112	0.121	0	0.123	0.123	0.123	0.123	0.123	

0	28,227	0%	0	-86,693	-100%	Quad Graphics	10,060	8,077	12,850	12,556	16,018	13,784	13,347	0	0	0	0	0
0	175,219	0%	0	-762,551	-100%	Q de Recibos	84,579	134,553	134,553	134,553	134,553	139,760						
-	0.161	0%	-	-0.114	-100%	Costo Prom. Unitario	0.119	0.060	0.095	0.093	0.119	0.099	-	0.098	0.098	0.098	0.098	0.098
1,571,852	2,071,971	32%	1,469,971	-361,929	-20%	Material de Impresión	173,381	168,494	148,659	147,957	173,509	159,609	152,644	151,606	146,551	141,502	136,457	131,429
1,186,202	1,365,362	15%	1,255,160	-664,056	-35%	Gestion call - Supervision	66,430	118,190	111,440	247,924	228,336	186,897	101,254	185,312	178,524	171,741	164,963	158,203
1,074,932	1,331,526	24%	1,255,160	-664,056	-35%	Campaña actualizacion - Supervision	66,430	118,190	111,440	247,924	228,336	186,897	101,254	185,312	178,524	171,741	164,963	158,203
2,076,618	2,528,935	22%	2,496,420	-1,525,011	-38%	Base Gestionada	191,603	165,654	419,706	655,543	539,955	340,392		368,572	355,072	341,581	328,098	314,655
331,094	356,543	8%	323,705	-148,733	-31%	Q Llamadas Efectivas	21,778	22,990	35,191	53,724	71,864	45,421		47,792	46,041	44,292	42,544	40,801
482,276	519,687	8%	77,595	-667,364	-90%	Q Llamadas no Efectivas	22,652	19,715	100,660	191,041	247,856	109,947		11,456	11,036	10,617	10,198	9,780
1,263,248	1,652,093	31%	48,933	-1,355,159	-97%	Q Llamadas no Contactadas	147,173	122,949	283,855	410,778	220,235	185,624		7,225	6,960	6,695	6,431	6,168
54,082	4,627	-91%	65	21	46%	Q Llamadas no Gestionadas								10	9	9	9	8
3,247	3,735	15%	3,877	-0.185	-5%	Costo Prom. Unitario	3.050	5.141	3.167	4.615	3.177	4.115	-	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877
16%	14%	-12%	0.130	1%	10%	% de Éxito	11%	14%	8%	8%	13%	13%	0%	13%	13%	13%	13%	13%
111,270	33,836	-70%	0	0	0%	Apoyo Afiliación de Recibos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7,456	1,810	-76%	0	0	0%	Horas posición	0	0										
14,923	18.69	25%	-	0.00	0%	Costo Prom. Unitario	-	-	-	-	-	-	-	15.68	15.68	15.68	15.68	15.68

1.2. Justificación

La presente investigación por experiencia profesional es importante, porque permitió optimizar los procesos de entrega de los recibos de facturación de los clientes, situación que evitó que dichos documentos puedan llegar vencidos o muy cercanos a la fecha de vencimiento, y fue implementado a raíz de la cantidad de reclamos por parte de los clientes.

La impresión de los recibos de forma descentralizada a beneficiado directamente al cliente, en su grado de satisfacción y a la empresa ya que repercute en la reducción del costo de distribución, elimina el costo del flete y reduce el ratio de cartera morosa para el área de cobranzas.

Asimismo la investigación es importante para que puede ser utilizada como un modelo de mejora en empresas u organizaciones similares que se desarrollan en el ámbito nacional, y de esta manera demostrar que este proceso funciona y que pueda ser copiada o imitada otras empresas con similar problemática.

Desde el punto de vista de la administración la optimización de procesos va de la mano con la calidad total, es así que América Móvil Perú SAC, comprometido con el sentir de sus clientes implementó este proceso para lograr aplicar una calidad de servicio para el cliente en la entrega de sus recibos y una calidad interna de trabajo que hace que el mismo trabajador se comprometa a realizar sus actividades dando el 100% de su capacidad.

Justificación por sus implicaciones prácticas:

La problemática en la que se encontraba el área de Distribución PostPago de la empresa AMERICA MÓVIL PERÚ SAC, con respecto al proceso de impresión y distribución de los recibos del cliente se debe al impacto en la entrega tardía de los documentos y el costo que cobra las imprentas de Lima para distribuirlos en las zonas de provincia, el resultado obtenido con la implementación de la descentralización de la impresión y distribución a las imprentas que funcionan directamente en las provincias del Perú ha permitido satisfacer al cliente aplicando una calidad de servicio y una calidad interna a la empresa.

1.2.1. Objetivo

- Mejorar el grado de satisfacción del cliente a nivel nacional de América Móvil, 2016.
- Optimizar los costos en el procesos de impresión y distribución de los recibos de los clientes a nivel nacional de América Móvil, 2016.
- Optimizar el proceso de distribución a nivel nacional de América Móvil, 2016.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1. Satisfacción al Cliente

Es entendida como la tangibilización de los beneficios que obtiene el cliente al comprar productos y servicios, como lo menciona ASQQuality Glossary, quien define “la satisfacción al cliente como el resultado de entregar un producto o servicio que cumpla con los requerimientos del cliente. Está es vital para conservar a los clientes y hacer crecer un negocio”.

Según Kotler menciona:

Tener a un cliente satisfecho, es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la “mente” de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener «satisfecho a cada cliente» ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos, humanos, etc...) de las empresas exitosas. (p. 303).

Asimismo, “la satisfacción es el conjunto de sentimiento de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comparar el valor percibido en el uso de un producto o resultado contra las expectativas que se tenían” (Philip Kotler, Kevin Lane Keller, 2012, p. 129).

En ese sentido, el objetivo del área de impresión y distribución, es imprimir y distribuir a tiempo el 100% de los recibos a los clientes a nivel nacional, y es que de este contexto se desprende el concepto que tenemos de “satisfacción”, lograr que el cliente se siente satisfecho con el servicio que brinda, que se pueda presupuestar con tiempo el pago del documento, que cliente reciba el recibo en las optimas condiciones y dentro de las fechas establecidas.

2.2. Costos, Reducción de Costos

Conceptualizamos el costo como el valor monetario que se requiere para una inversión o mejora de algún proceso operativo para una organización. Según Lefcovich, Mauricio León, nos menciona que “un eficaz sistema de costos permitirá conocer los reales costes de la organización, de tal forma se tendrá conocimiento de los diversos despilfarros y su cuantía monetaria, permitiendo un posterior análisis para conocer y dictaminar acerca de las causas que motivaron los mismos. Una enorme cantidad de gruesos errores se están cometiendo en la contabilización y posterior análisis de costos, y como consecuencia en la decisiones que hacen gestión de la empresa”. (2009, P. 4).

Charles T. Horngren, Srikant M. Datar, George Foster nos explica:

(...) La contabilidad de costos mide, analiza y presenta información financiera y no financiera relacionada a los costos de adquirir o utilizar recursos de la organización. Por ejemplo, calcular el costo de un producto es una función de contabilidad de costos que responde a las necesidades de valoración de los inventarios de la contabilidad financiera y las necesidades de toma de decisiones de la contabilidad administrativa (...). (2007, P. 2).

Para la empresa América Móvil SAC, costos refiere a buscar una mejora en los procesos de cada área para llegar al fin de reducir los gastos operativos que influyan con el cumplir de las necesidades de los clientes

2.3. Distribución

Referimos a la actividad de llevar al punto final el servicio o bien, respetando los tiempos y aplicando las mejores condiciones pactadas con el cliente.

Desde esta perspectiva, Ignacio Cruz Roche nos comparte que “(...). Un canal de distribución es un conjunto de intermediarios que hacen posible que el producto llegue desde el productor al consumidor. Pueden coexistir un conjunto de canales de distribución con diferentes estructuras dentro del sistema de distribución (...). (2012, P. 27)

Asimismo, Alan West nos menciona que “la distribución física incluye en la planificación y control del movimiento físico de los productos desde la fábrica hasta el consumidor final”, y “La logística incluye la planificación y el control de la relaciones entre la gestión de materias primas y la distribución del producto terminado” (2007, P. 4).

Según Alan West quien menciona a (Peter Drucker) nos indica lo siguiente Más atractivo y más incisivo es el concepto de Peter Drucker. Drucker ha calificado acertadamente a la distribución como una de las <<ultimas fronteras>> de la gestión empresarial, ya que afecta a todos los aspectos de la actividad empresarial, tanto a corto como a largo plazo, incluida su organización interna. (...) La distribución como técnica polivalente pasará a ser, cada vez mayor medida, uno de los elementos presentes en los trabajos de dichas personas.

Al hablar de Distribución como parte operativa de un proceso en una organización nos referimos también a la eficiencia, es así que Ignacio Cruz Roche nos indica que “La razón por la que no existe un único canal de distribución está en que la en la eficiencia del canal depende del segmento del mercado al que se dirige y desde la características del surtido que se configura. (2012, P.28).

Cuando se examinan las influencias sobre la política de las distintas empresas, resulta evidente que la distribución supone, sin duda alguna, algo más que camiones y almacenes, influyendo y estando influida por una serie de factores internos y externos.

Según West (2007) menciona que una de las políticas es.

El entorno de actuación de la empresa: Las compañías deberán decidir de qué forma afecta la estructura de su mercado a los métodos y técnicas de distribución empleados. El hecho de que su mercado sea urbano, la situación de los principales centros de población, el que las carreteras y los ferrocarriles tengan un alto grado de eficiencia, el que existan o no alternativas, son factores a tener en

cuenta. La importancia relativa de estos temas de entorno de mercado en que actúa la empresa difiere según se trate de una empresa establecida en el mismo durante años o de una que acaba de entrar en dicho documento. No obstante, ambas estarán igualmente preocupadas por poder controlar los cambios que se produzcan a lo largo de los años. (p. 3).

Para la empresa, esta situación es una de las más principales ya que analiza y aplica las técnicas de distribución con el fin de que el cliente no sea perjudicado con los constantes obstáculos o cambios que no permitan una entrega oportuna del recibo al cliente.

Estrategia: La planificación es la clave del éxito permanente de una empresa, ya que incluye en la relaciones a largo plazo entre la empresa, sus mercados y sus competidores. La distribución afecta a su actitud ante el mercado, afecta también a quienes han de ser sus intermediarios y al tipo de productos que podrá ofrecer. El probable impacto sobre los canales de distribución de acontecimientos tales como la desaparición de las barreras arancelarias en la CEE es uno de los factores a considerar dentro de este contexto (p. 7).

América Móvil Perú SAC, aplica las estrategias necesarias para buscar el éxito en la distribución que conlleve a una excelente actitud con el mercado, intermediarios del proceso de distribución.

Táctica: Una política de distribución que permita una rápida respuesta ante los cambios a corto plazo que se produzcan en el mercado otorgará también una ventaja a la empresa. Un fabricante de golosinas a gran escala puede obtener una ventaja táctica sobre sus competidores si es capaz de atender una creciente demanda de sus productos por parte de los minoristas (p. 7).

La táctica para la empresa lo aplica con el fin de mejorar y dejar en claro los beneficios al cliente con la entrega de su recibo para que pueda cancelarlo y obtener más días de pago a fin de no suspender su servicio.

Rentabilidad y Flujo de Efectivo: El costo de recurrir a intermediarios en vez de vender directamente, las inversiones que hayan de realizarse en áreas como transportes y su existencias, los tipos de clientes o intermediarios, son factores

que influyen en los márgenes de rentabilidad del proveedor sobre sus productos o servicios y en su tasa de beneficios. (2007, P. 3).

2.4. Definición de términos básicos

- **3 Play:** Se conoce como la combinación de los tres servicios fijos (Voz + Cable + Internet) a través de una sola instalación.
- **Telefonía Fija:** Servicio que realiza transporte de Voz en tiempo real entre dos terminales, estando ambos terminales o al menos el terminal origen conectados a una red conmutada de telecomunicaciones en una ubicación fija.
- **Telefonía Móvil:** Comunicación Inalámbrica a través de ondas electromagnéticas.
- **Televisión Satelital:** Compuesto de una antena parabólica para recibir señal de televisión por satélite.
- **4G LTE:** Las siglas en inglés significa "Long Term Evolution" y se refiere a la 4ta generación de tecnología en redes móviles que ofrece una mejor experiencia de navegación por internet.
- **Acceso Dedicado:** Son líneas de acceso conmutado que necesitan establecer una conexión desde el origen al destino para realizar la comunicación.
- **Aplicativo:** Programa informático diseñado para facilitar al usuario la realización de un determinado tipo de trabajo, posee características que lo diferencia de un sistema operativo, posee una utilidad específica.
- **Banda Ancha:** Intervalo de frecuencias que permite la transmisión de datos y se señales de audio y video de alta calidad.
- **Claro Club:** Programa de beneficios para clientes no corporativos de América Móvil Perú S.A. que permite su fidelidad y preferencia. Acumulación puntos Claro Club para canjearlos por descuentos y productos Claro.
- **Claro Video:** Servicio de suscripción y alquiler en línea que te ofrece acceso a películas, series, conciertos, dibujos animados, karaoke, documentales y más de forma ilimitada.

- **DAC:** Distribuidor Autorizado de Claro
- **Facturación de Cadenas:** Acción y efecto de facturar por medio de proveedores.
- **Internet:** Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación.
- **Mbps:** Mega Bits por Segundo
- **Optimización:** Refiere a buscar la mejor manera de realizar una actividad.
- **Osiptel:** Organismo Supervisor de inversión privada en Telecomunicaciones, es un ente regulador de las telecomunicaciones.
- **Red GSM:** Son las bandas para telefonía móvil designada por la unión Internacional de telecomunicaciones para la operación de redes GSM.
- **Redes EDGE:** Tecnología que cumple con las demandas de la tercera generación (3G) para el envío de datos inalámbricos a gran velocidad y el acceso a internet.
- **Tecnología HSDPA:** (High-Speed Downlink Packet) Access, tecnología móvil conocida como 3.5G que viene a ser una mejora de la tecnología UMTS (Universal Mobile Telecommunications System) de tercera generación (3G).
- **Conmutación:** Acción de establecer una vía, de extremo a extremo entre dos puntos a través de nodos o equipos de transmisión.
- **NPS:** Herramienta que propone medir la lealtad de los clientes de una empresa basándose en recomendaciones.

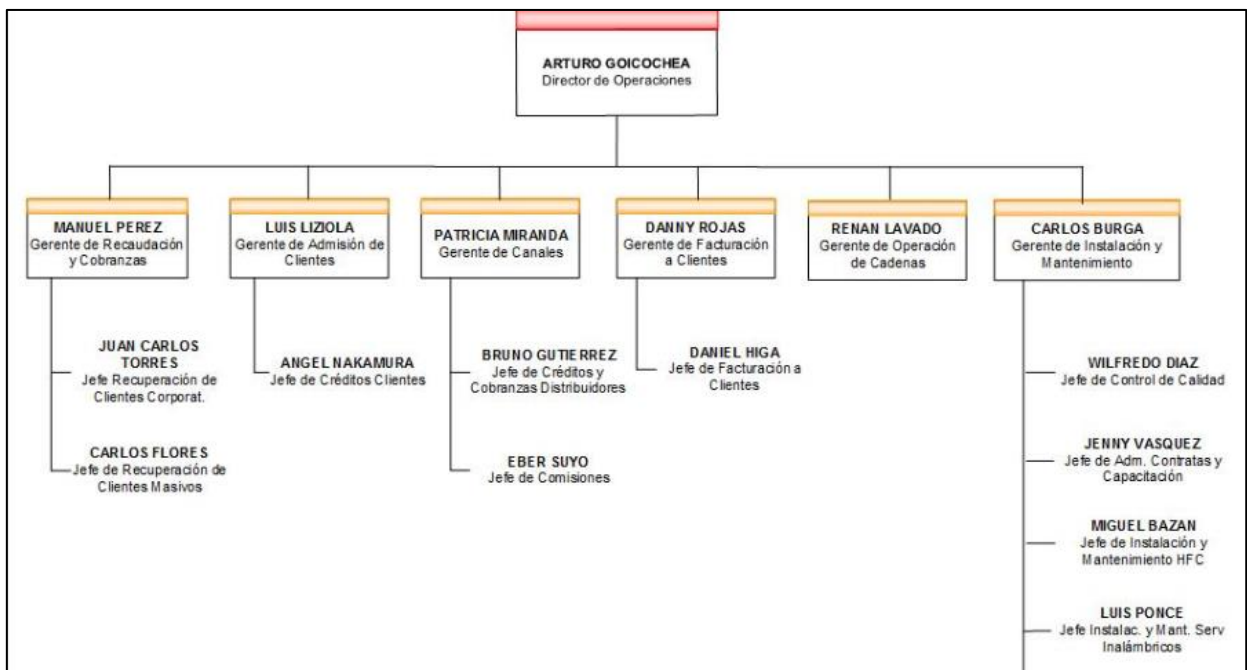
CAPÍTULO 3. DESARROLLO

3.1. Organización

El área donde desempeñamos nuestras actividades actualmente es Facturación a Clientes, dedicada a la generación, validación, emisión, impresión y distribución de los documentos, tales como recibos, facturas, boletas de venta, notas de crédito, notas de débito.

Facturación a Clientes integra dentro de la Dirección de Operaciones, Gerencia de Facturación a Clientes, somos una dirección que comprende alrededor de 300 personas.

Figura n.º 3.1 Organigrama de la Dirección de Operaciones



Fuente: Claro 2016

3.1.1. Detalle de Responsabilidades por área:

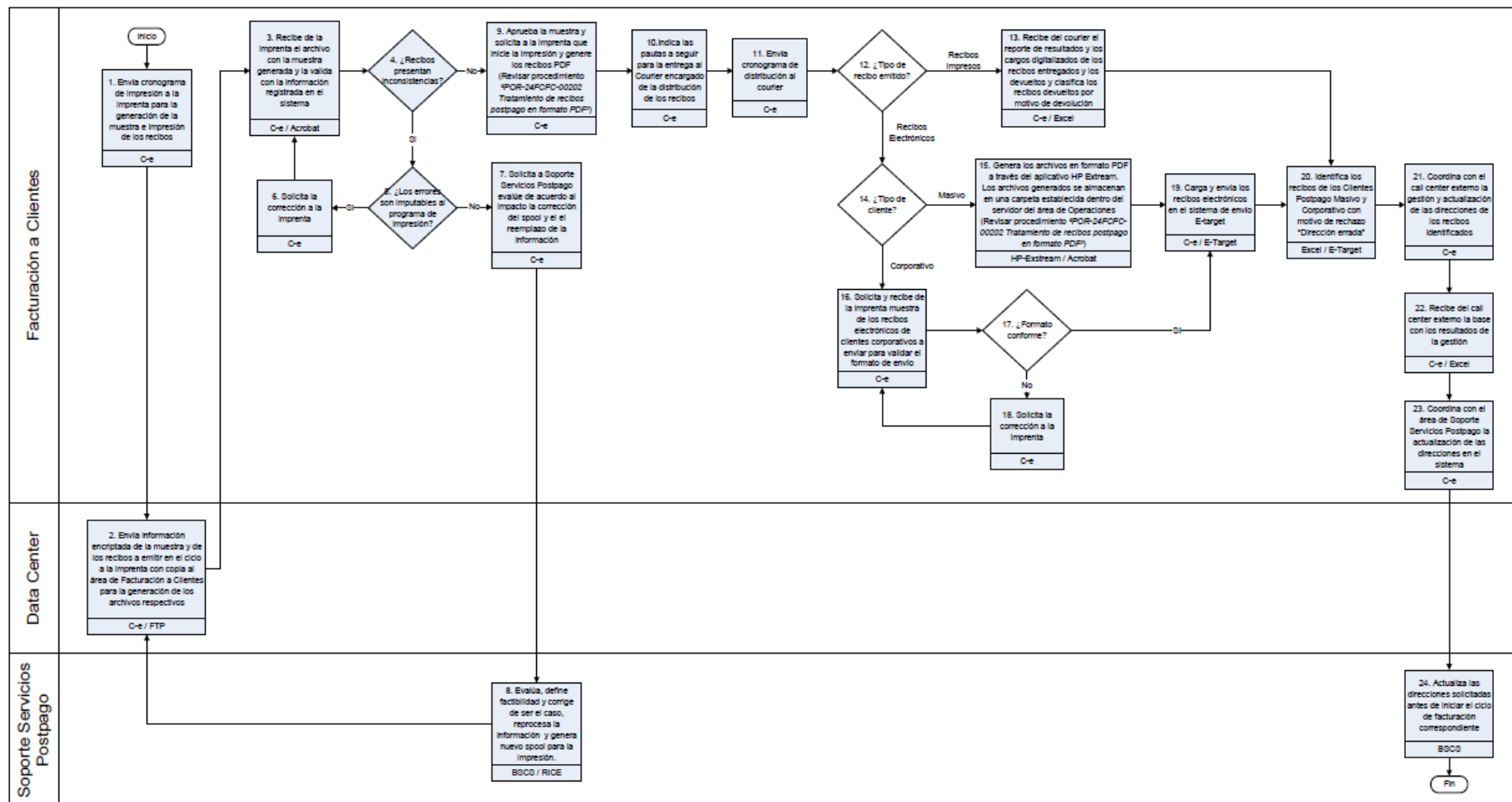
i. Facturación a Clientes:

- a. La emisión, impresión y distribución de los recibos postpago (físicos o electrónicos).
- b. Elaborar y revisar el cumplimiento de los cronogramas de impresión y distribución de los recibos postpago en las fechas previstas, controlando a los proveedores del servicio involucrados en el proceso.
- c. Seleccionar y validar una muestra del total de recibos a imprimir, verificando que los datos del cliente y los rubros a facturar consignados estén ubicados de acuerdo a la estructura del recibo establecida.
- d. Corregir las direcciones de entrega del recibo (física o electrónica) de aquellos clientes masivos o corporativos cuyo recibo haya sido devuelto por el Courier con motivo "Dirección errada", coordinando la corrección de los datos con el Call Center externo, bajo responsabilidad de la Gerencia de Facturación a Clientes.
- e. Coordinar con el área de Soporte Postpago la corrección de las direcciones físicas de los clientes masivos y corporativos que fueron gestionados por el Call Center externo.
- f. Informar a Atención al Cliente en caso hubiese algún cambio en el contenido del recibo generado o algún problema en el cumplimiento de la distribución de los mismos con el fin de alertar a los Asesores de Servicio ante las consultas de los clientes.
- g. Generar Los PDF para recibos electrónicos y físicos de los clientes consumer y B2E a través del aplicativo HP Exstream que es un sistema generador de PDF con distintas variables de entrada que contiene la lógica necesaria para generar los recibos permitiendo modificar los recibos, ingresar nuevas artes, bases de información de otras promociones, etc.; generando un ahorro de tiempo en variaciones y procesamiento de información.

ii. Impresión y Distribución:

- a. Envía cronograma de impresión a la imprenta para la generación de la muestra e impresión de los recibos.
- b. Envía información encriptada de la muestra y de los recibos a emitir en el ciclo a la imprenta, con copia al área de Facturación a Clientes, para la generación de los archivos respectivos.
- c. Recibe de la imprenta la muestra generada y la valida con la información registrada en el sistema.
- d. Aprueba la muestra y solicita a la imprenta que inicie la impresión y genere los recibos PDF.
- e. Indica las pautas a seguir para la entrega al Courier encargado de la distribución de los recibos. Nota: Los datos indicados son la cantidad de recibos a imprimir, encartes especiales a adjuntar, retenciones, horarios de recojo del Courier.
- f. Envía cronograma de distribución al Courier.
- g. Recibe del Courier el reporte de resultados y los cargos digitalizados de los recibos entregados y los devueltos y clasifica los recibos devueltos por motivo de devolución. Nota: El reporte es enviado hasta el decimo día de haber iniciado el proceso de distribución.
- h. Genera los archivos en formato PDF a través del aplicativo HP Extream. Los archivos generados se almacenan en una carpeta establecida dentro del servidor del área de Operaciones.
- i. Carga y envía los recibos electrónicos en el sistema de envío E-target.
- j. Coordina con el call center externo la gestión y actualización de las direcciones de los recibos identificados.
- k. Recibe del call center externo la base con los resultados de la gestión.
- l. Coordina con el área de Soporte Servicios Postpago la actualización de las direcciones en el sistema.
- m. Actualiza las direcciones solicitadas antes de iniciar el ciclo de facturación correspondiente.

Figura n.º 3.2 Diagrama del proceso de impresión y distribución

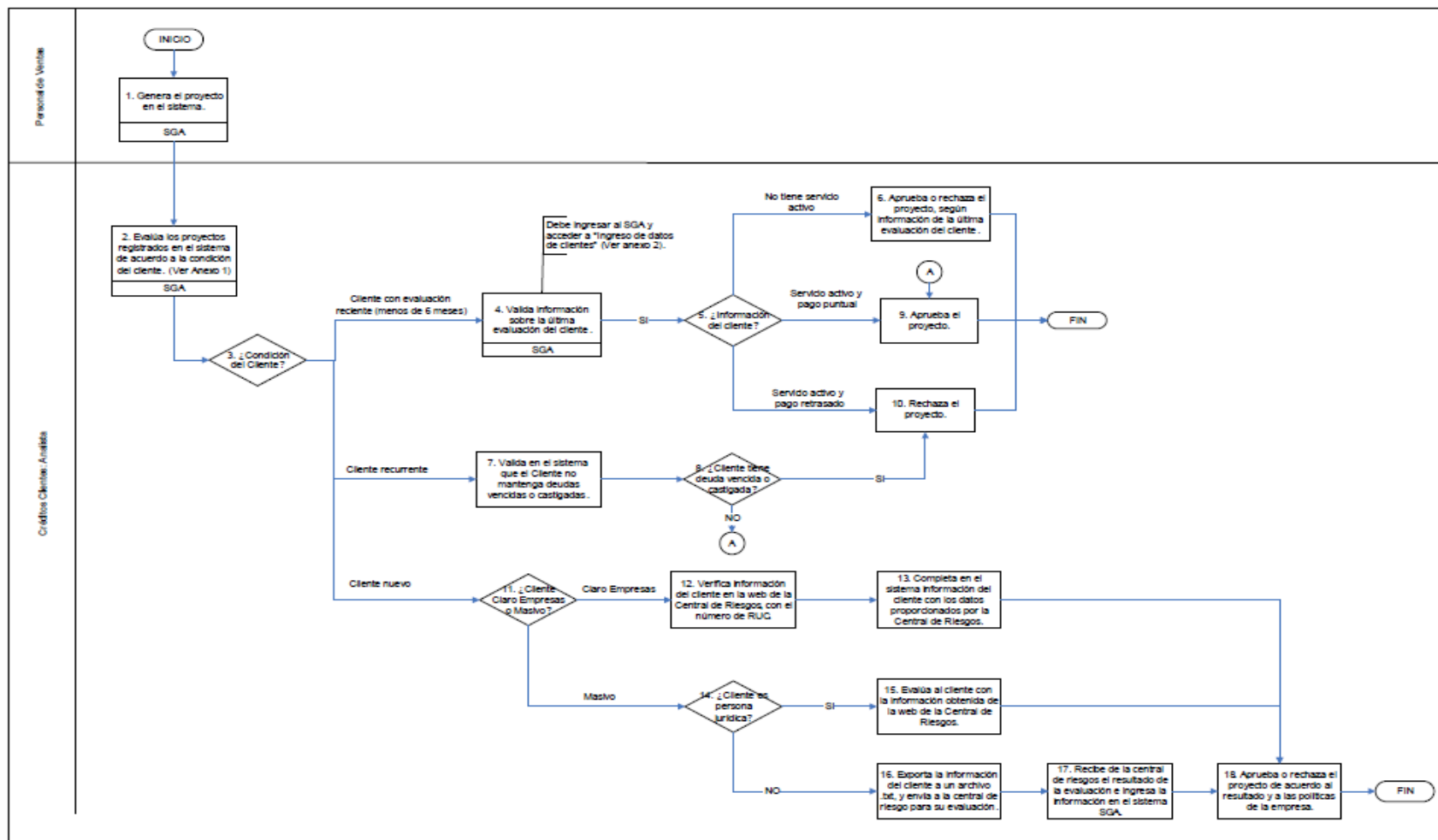


Fuente: Claro 2016

iii. Admisión de Clientes:

- a. Devolución de carpetas corporativas.
- b. Evaluación Crediticia de Clientes.
- c. Pre-evaluación a Clientes Business.
- d. Variaciones en servicios y adquisiciones de líneas, equipos y accesorios a través de correos electrónicos autorizados.
- e. El área de Créditos Clientes debe realizar el proceso de evaluación crediticia teniendo en cuenta la información que la Central de Riesgo reporta sobre el cliente; según sea el caso, se decide si el proyecto es aprobado o rechazado.
- f. Genera el proyecto en el sistema.
- g. Se debe seleccionar tipo de facturación: "Post Facturación Créditos".
- h. Evalúa los proyectos registrados en el sistema de acuerdo a la condición del cliente.
- i. Esta actividad se realiza tres veces al día, de lunes a viernes.

Figura n.º 3.3 Diagrama proceso Admisión de Clientes

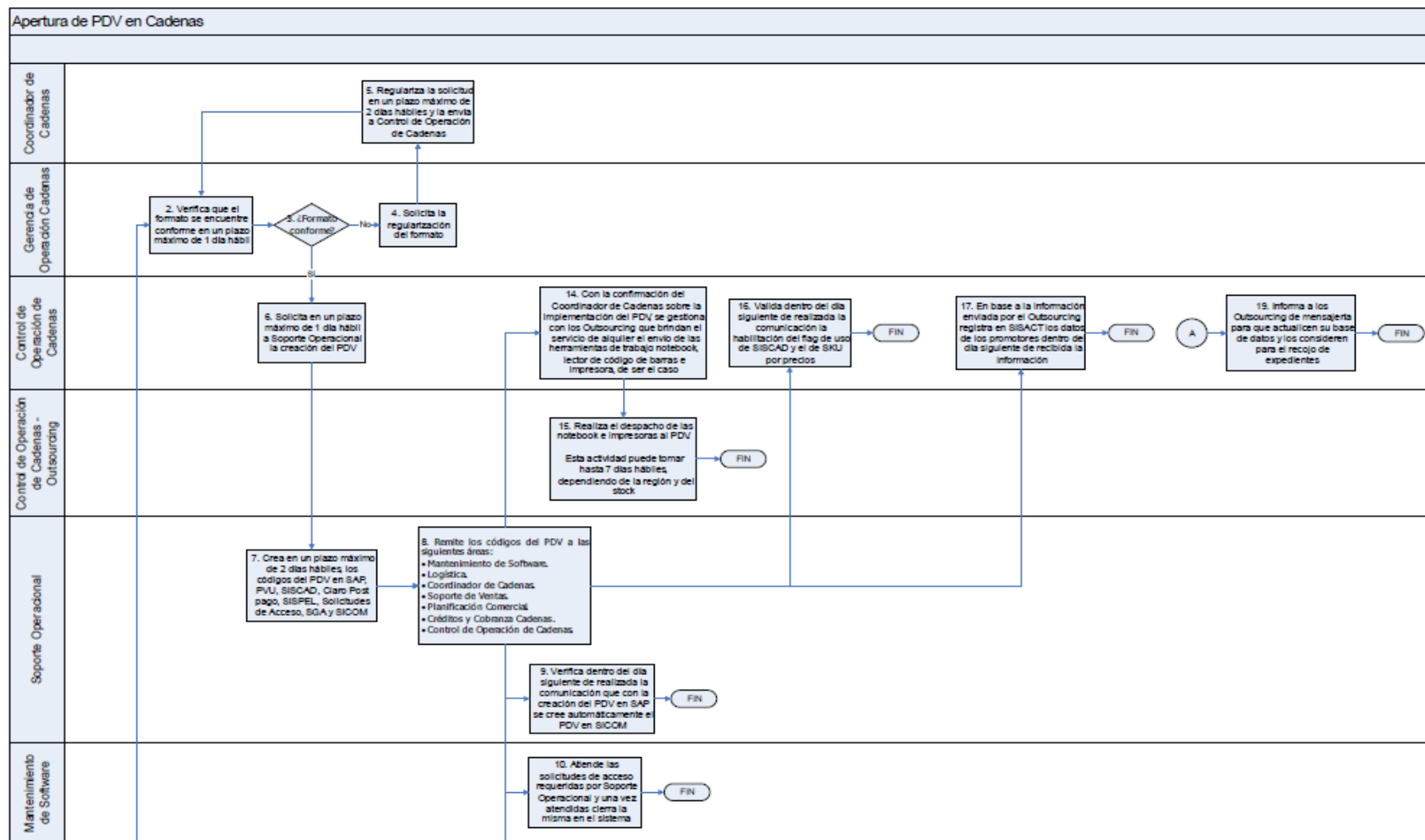


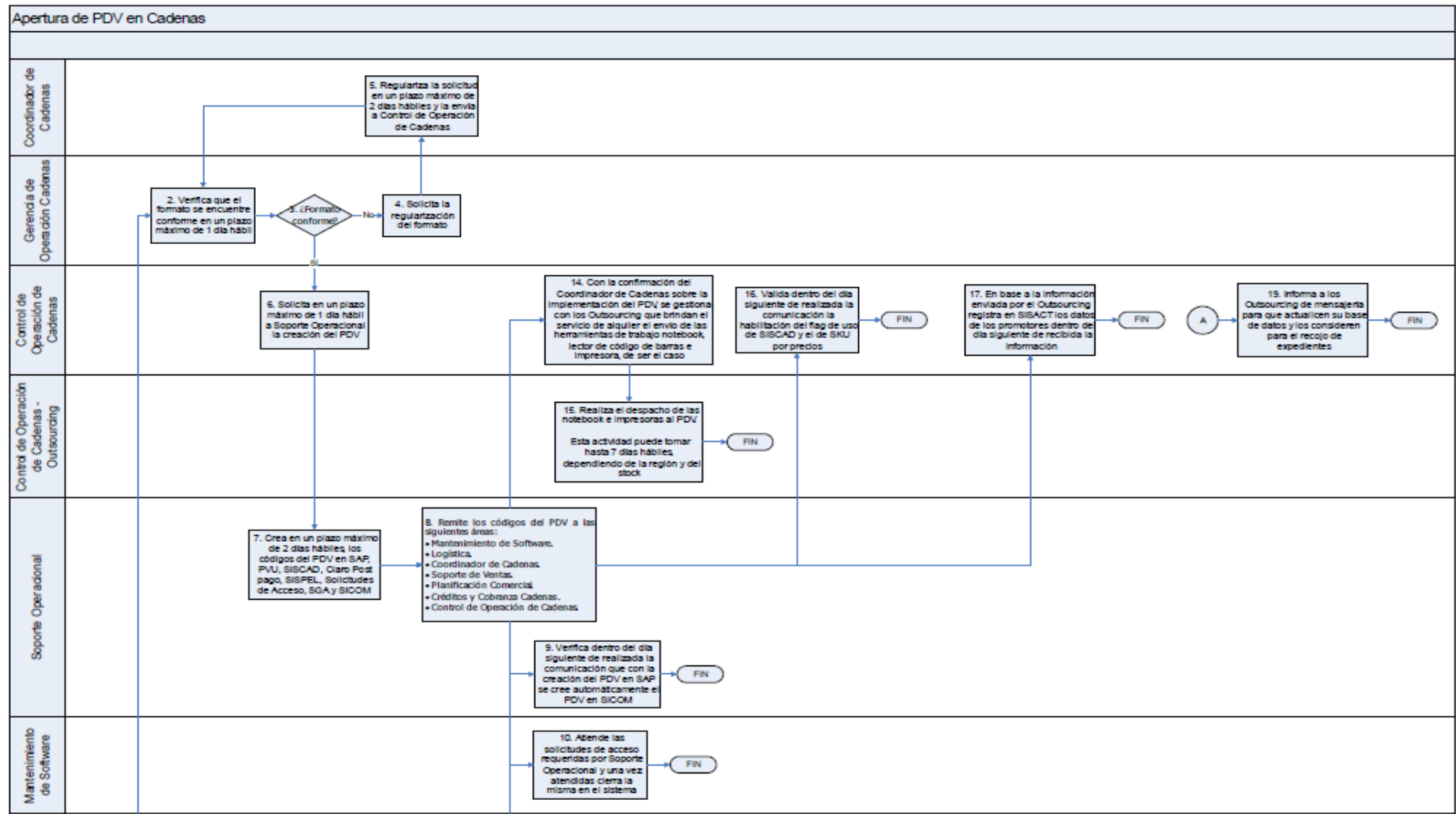
Fuente: Claro 2016

iv. Gerencia de Cadenas:

- a. Se inicia desde el envío del formato para la apertura del punto de venta en la cadena hasta que el punto de venta se encuentra listo para vender.
- b. Envía el “Formato de Candidato a DAC o Cadena” con la firma de los Gerentes de Cadenas a Control de Operación de Cadenas.
- c. Verifica que el formato se encuentre conforme en un plazo máximo de 1 día hábil.
- d. Solicita la regularización del formato.

Figura n.º 3.4 Diagrama de gestión de procesos de la gerencia de cadenas





Fuente: Claro 2016

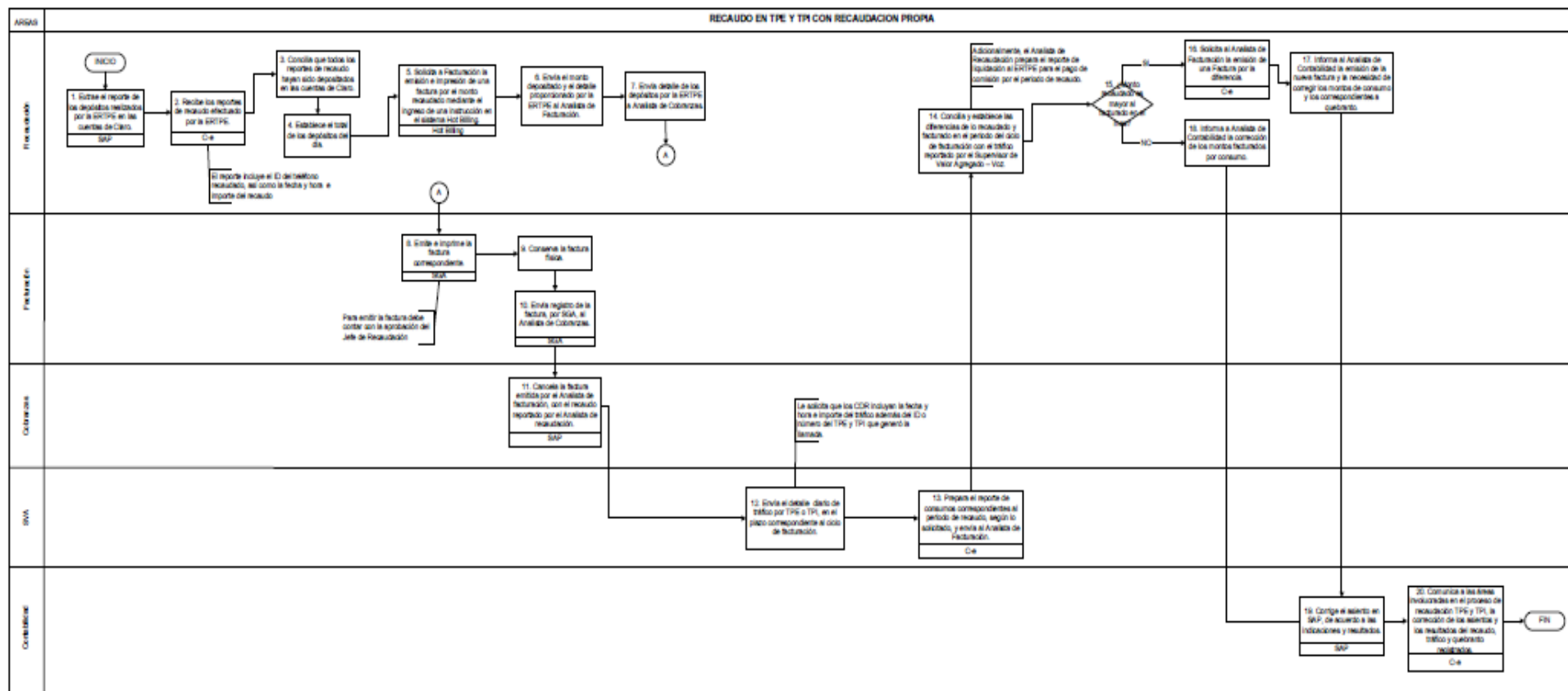
v. Gestión de Canales:

- a. Administración de Expedientes y Comisiones de DACs, DACTs y DACEs.
- b. Devolución de depósito en garantía y garantías dinerarias irregulares.
- c. Fraude por Suscripción.
- d. Implementación y Actualización de Esquemas Comisionaros.
- e. Pago de Comisiones por ventas en PDV de Cadenas.
- f. Verificaciones a Clientes Post Pago.
- g. Para efecto de la definición de esquemas de comisión se definen los siguientes canales de ventas: Canal Directo: Canal de ventas conformado por personal de Claro y Canal Indirecto: Canal de ventas conformado por empresas terceras autorizadas a vender los productos de Claro.
- h. Se definen esquemas de comisión por canal de ventas y/o producto o servicio.
- i. Un esquema de comisión es un documento formal donde se detallan que productos son comisionables y las reglas para el cálculo de las comisiones.
- j. En el caso del Canal Directo también se describen las posiciones que comisionan.
- k. El esquema comisionario se debe aplicar a partir de su aprobación, es decir, no tiene efecto retroactivo.
- l. Las excepciones deben ser aprobadas por el Canal Directo: Subdirector de Recursos Humanos y Director del área responsable del canal de venta o por el Canal Indirecto: Director del área responsable del canal de venta.

vi. Gerencia de Recaudación y Cobranzas:

- a. Constitución y adjudicación de garantías dinerarias.
- b. Arqueo de caja en CAC.
- c. Atención de casos de ventas no concretadas de recargas virtuales en entidades financieras.
- d. Cuadre de caja en CAC.
- e. Envío de cheques recibidos en CAC's.
- f. Recaudo de TPE y TPI CON RECAUDACION PROPIA.
- g. Recojo de remesas en efectivo en CAC.

Figura n.º 3.5 Diagrama de gestión de procesos de la gerencia de cadenas



Fuente: Claro 2016

3.2. Actividades realizadas

¿Cómo surgió la idea de la impresión y distribución descentralizada?

En una reunión entre el gerente de facturación a clientes, los encargados y analistas del área de impresión y distribución comenzaron a revisar y analizar los indicadores y ratios de reclamos por el cliente, nació la idea de poder mejorar los tiempos de entrega y reducción del costo de la distribución, la cual verificando la operativa del proceso se veía que existía un tiempo muerto en el traslado de los documentos desde la provincia de Lima hacia las regiones norte (Chiclayo) y sur (Arequipa).

Esta decisión basada en los resultados del focus group y encuesta telefónica, realizada por un proveedor externo.

Se realizó los contactos con los proveedores de distribución (03) que trabajaban para la empresa en ese momento, y se les planteó la idea de realizar la impresión y distribución en sedes de provincia, de los tres solo uno de ellos nos apoyó con la idea de implementar una pequeña imprenta en la región, y se contactaron con proveedores de impresoras, tales como Xerox, Stansa, entre otros y alquiló dos máquinas para empezar.

Para el lanzamiento de esta idea primero se realizó un viaje hasta la región SUR (Arequipa) para la supervisión de la impresión y verificar cómo se realizaría la distribución de los recibos, nos reunimos directamente con el personal operativo para explicarles cuál es el objetivo y en qué consistía específicamente este nuevo proyecto.

Luego de 05 meses se implementó lo mismo en la región NORTE (Chiclayo), y se realizó las mismas actividades de supervisión como en la región SUR.

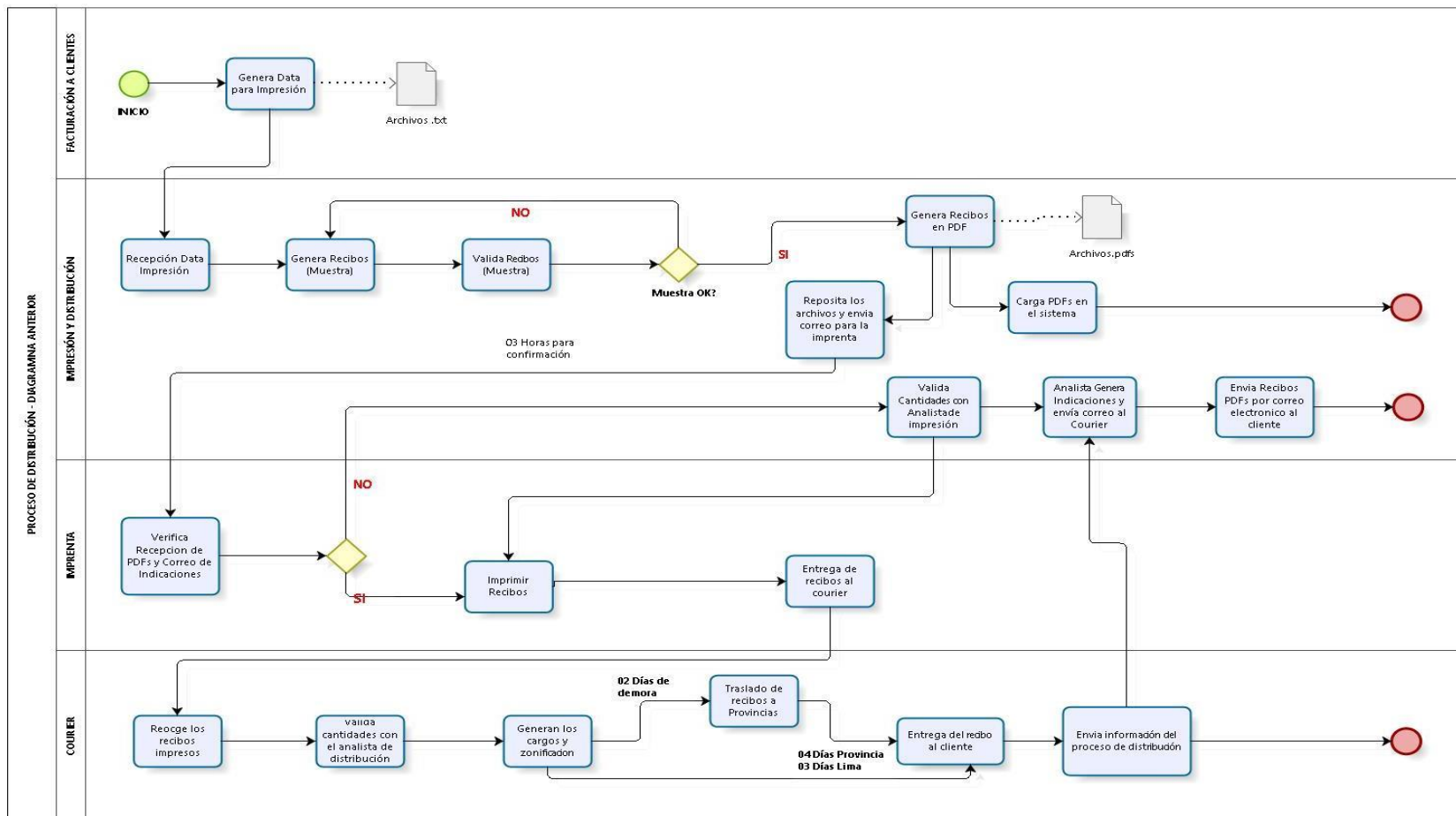
A continuación detallamos el proceso descriptivo antes y después de la descentralización:

Proceso Anterior: (No se aplicaba descentralización)

- Una vez recibida la data del área de facturación a clientes, se procede a generar los recibos en formato PDF.
- Se genera los documentos en un tiempo aproximado de 04:00 horas (archivos electrónicos, físico Lima y físico Provincia).
- Luego se valida la muestra y se deposita en una ruta de acceso dedicado al cual tiene acceso el proveedor cuya imprenta se sitúa en la provincia de Lima.
- La imprenta tiene 03 horas adicionales en confirmar la recepción de la data.

- Confirmada la recepción, se procede a la impresión la cual se da en un rango de acuerdo a las cantidades.
 - 24 horas – hasta 70,000 recibos
 - 12 horas más - cada 40,000 recibos adicionales
- En el transcurso de ese tiempo el analista de distribución coordina con el courier el recojo de los documentos, todo vía correo y teléfono; en este se indica el tiempo que se deben tomar en distribuir los documentos tanto en Lima como en provincia, considerando el tiempo que se toma en el habilitado de los recibos (engrapado de cargos y zonificación).
- Al día 11 de iniciada la distribución el courier devuelve un reporte de cierre donde indica el estado de cada documento (entregado o devuelto).
- De este reporte se realiza el análisis de los indicadores, como por ejemplo que zonas son las que tienen menos documentos entregados, tipos de rezagos, etc.

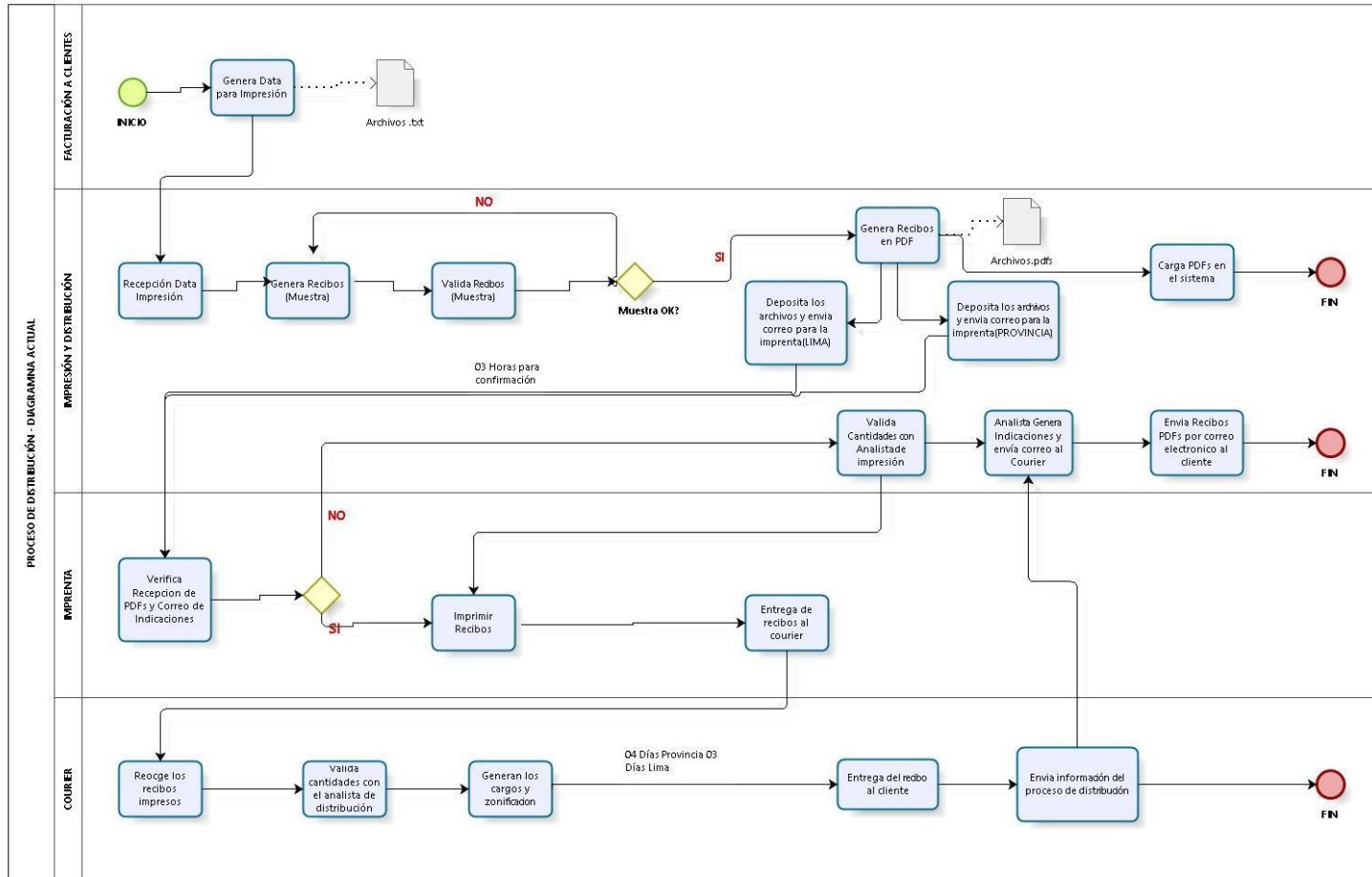
Figura n.º 3.6 Diagrama de Proceso de Distribución Anterior



Proceso Actual: (Aplicando descentralización)

- Una vez recibida la data del área de facturación a clientes, se procede a generar los recibos en formato PDF.
- Se genera los documentos en un tiempo aproximado de 04:00 horas (archivos electrónicos, físico Lima y físico Provincia).
- Luego se valida la muestra y se deposita en una ruta de acceso dedicado al cual tiene acceso el proveedor (impresión en la Región Sur y Norte), aquí es donde empieza el cambio, ya que la impresión se da en la provincia, ahorrando tiempo y costo en flete.
- La impresión tiene 03 horas adicionales en confirmar la recepción de la data.
- Confirmada, se procede a la impresión la cual se da en un rango de acuerdo a las cantidades.
 - 24 horas – hasta 70,000 recibos
 - 12 horas más - cada 40,000 recibos adicionales
- En el transcurso de ese tiempo el analista de distribución coordina con el courier el recojo de los documentos, todo vía correo y teléfono; en este se indica el tiempo que se deben tomar en distribuir los documentos tanto en Lima como en provincia, considerando el tiempo que se toma en el habilitado de los recibos (engrapado de cargos y zonificación).
- Al día 11 de iniciada la distribución el courier devuelve un reporte de cierre donde indica el estado de cada documento (entregado o devuelto).
- De este reporte se realiza el análisis de los indicadores, como por ejemplo que zonas son las que tienen menos documentos entregados, tipos de rezagos, etc.

Figura n.º 3.7 Diagrama de Proceso de Distribución Actual



Fue así como nació, se analizó, se implementó esta idea, y ahora se está madurando para optimizar más el proceso.

Actualmente, a la fecha tenemos entendido que se han sumado otras empresas tales como Diners Club y Americatel, tomando como ejemplo lo implementado por la empresa.

Si bien es cierto este no es un proyecto netamente de investigación, pero es un proyecto descriptivo donde se mejora un proceso y a su vez se disminuye en costo y lo más importante logramos la satisfacción del cliente.

CAPÍTULO 4. RESULTADOS

América Móvil Perú S.A., es la primera empresa de telecomunicaciones en implementar la distribución descentralizada, a partir de esta optimización varias empresas analizan aplicar este nuevo método de distribución. Anteriormente el BCP implementó este nuevo proceso desistiendo aproximadamente a los 05 meses por motivos de no tener un control de seguimiento. En claro el control o supervisión se realiza de forma presencial cada 02 meses dirigiéndose a la misma sede donde procede con la impresión y distribución en Chiclayo y Arequipa.

Como parte de un resultado que afecta nuestro objetivo principal es la disminución del porcentaje de reclamos por entrega tardía, si bien con el anterior proceso se cumplía con la norma de Osiptel de que el recibo debe llegar máximo 03 días antes de la fecha de vencimiento, ahora con el nuevo proceso el cliente cuenta con más días para poder cancelar su recibo, llegando a brindar una calidad y satisfacción al cliente.

Un resultado muy importante es la mejora en los tiempos de distribución ya que al optimizar este proceso nos permitió ahorrar 02 días de proceso inoperativo, ya que para la empresa es tiempo muerto porque solo se asignaba para el traslado de los recibos a provincia.

En el gasto de transporte (Flete) nos ha permitido obtener un ahorro de 10mil soles aproximadamente de forma mensual y se piensa promover para que las otras imprentas que laboran junto con la empresa adecuen este modelo para que el ahorro siga elevando.

Internamente, para el área de impresión y distribución se generó una descarga de trabajos operativos y actualmente se dedican a buscar mejoras con el fin de cumplir los objetivos trazados por la empresa.

La optimización realizada generó empleos en la provincia para la courier ya que se necesitaba de recursos humanos para las gestiones administrativas y de distribución.

CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN

Para la presente investigación; optimizar el proceso de distribución para la empresa América Móvil Perú S.A. se debió a una necesidad de mejorar los costos operativos, promover el ahorro, mejorar las operativas de gestión con las imprentas que cuentan con una negociación para la distribución de nuestros recibos y sobretodo lo más importante reducir el rango de reclamos por parte de los clientes, es decir se quería clientes más satisfechos con la recepción de su recibo.

Esta situación podría aplicarse en otras empresas; entendiéndose que nuestra geografía es particular genera la creatividad del empresario peruano y de otros trabajadores.

Las principales limitaciones presentadas en la investigación ha sido el factor tiempo, para la recopilación de la información y la revisión bibliográfica de los conceptos teóricos que se debe adecuar a los conocimientos internos que contempla la empresa.

El proceso de distribución sigue y seguirá siendo la parte más compleja o crítica de cualquiera empresa porque en algún momento del proceso pierdes el contacto con el producto, esto es un elemento que debemos de tomar muy en cuenta.

CONCLUSIONES

- Para tener un alto porcentaje de clientes satisfechos se debe analizar, mejorar y optimizar los procesos operativos internos.
- Debido a la competencia en las telecomunicaciones, se debe mapear las actividades de todos los procesos de la empresa te permitirá identificar cuales te generan un costo improductivo, es allí donde tienes que aplicar los conocimientos de reducción de costos.
- La descentralización de nuestras operaciones nos acerca más a lo que desea al cliente muy aparte de brindar un servicio.

RECOMENDACIONES

- Implementar el sistema de descentralización en la región centro y oriente del Perú.
- Incentivar la afiliación a los clientes al envío de recibo por email, esto es una recomendación a largo plazo, y para ello venimos trabajando en diversas campañas de la mano con instituciones tales como la compañía de bomberos y Aniquen. La cual genera un gran aporte en cuidar el medio ambiente, mejora constantemente la reducción del impacto sobre el medio ambiente.
- Recomendamos aplicar este proceso en las distintas áreas de Claro, como cobranzas y recaudación, ya que hacen uso de la impresión y distribución para las notificaciones y cartas de cobranzas.
- Utilizar la herramienta NPS para que permita medir si el cliente que cuenta con un servicio en tu empresa te llega a recomendar en otros nuevos. Recuerda que para llegar a un nivel de excelencia debes superar al 50%.

REFERENCIAS

Alan West (2007), Gestión de la distribución comercial: concepto de distribución total.
Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos

Cruz, R. I. (2012). Canales de distribución: Especial referencia a los productos de alimentación.
Madrid, España: Larousse - Ediciones Pirámide.

Horngren Charlest T., Datar Srikant M., Foster George (2007), Contabilidad de Costos Un enfoque gerencial (12va Ed.) México: Pearson Educación

Philip Kotler, Kevin Laner Keller (2012), Dirección de Marketing (14va Ed.)
México. Pearson Educación

ANEXOS

Anexo n.º 1:	Promoción de Afiliación al recibo por correo electrónico	60
Anexo n.º 2:	Campaña de Afiliación al correo electrónico - Ayuda a la compañía de Bomberos Voluntarios del Perú	62
Anexo n.º 3:	Evidencia del proceso de supervisión	64

Anexo n.º 1: Promoción de Afiliación al recibo por correo electrónico

■ Promoción de Afiliación al recibo por correo electrónico



Sorteo de 10 iPhone 6

¿Quiénes participan?

Todos los usuarios que cuenten con al menos un servicio móvil o fijo que se encuentren afiliado al recibo por correo electrónico, antes y durante la vigencia de la campaña, es decir del 01 de enero al 05 de febrero del 2016.

¿Cómo participas?

Para participar debes solicitar la afiliación:

- Llamando gratis desde tu celular Claro al 123 opción 2, 2, 2, o desde cualquier teléfono fijo al 0800 00 123
- A través de la página www.miclaro.com.pe, ingresando con perfil Administrador a la opción Mis Recibos, sub opción Afiliación al recibo por correo electrónico.
- Acercándote a un Centro de Atención al cliente.
- Al momento de adquirir un servicio fijo o móvil de Claro.
- Si estas afiliado y mantienes la misma condición durante el periodo de vigencia, por lo menos hasta la fecha del sorteo en que resulte ganador.

Otros escenarios:

- Si estuviste afiliado y durante la vigencia de la campaña realizaste la desafiliación y afiliación a la vez, no ingresas al sorteo
- Si te afiliaste durante la promoción y luego te desafiliaste para volver a afiliarte durante la vigencia, no tendrás doble opción al sorteo sino únicamente una opción.
- Existirá una opción por cada cuenta afiliada al recibo por correo electrónico que se encuentre registrada en el sistema de América Móvil.
- No participan las cuentas de los colaboradores con Plan Empleado y Herramienta de trabajo

Sobre el sorteo:

Los sorteos se realizarán en las siguientes fechas y se elegirán 2 ganadores por fecha. En total 10 ganadores:

1er sorteo	2do sorteo	3er sorteo	4to sorteo	5to sorteo
Viernes 08 de Enero	Viernes 15 de Enero	Viernes 22 de Enero	Viernes 29 de Enero	Viernes 05 de febrero

Se tendrá en cuenta a los clientes que se hayan afiliado hasta un día antes del sorteo, según el siguiente cuadro:

Fecha de sorteo	Clientes afiliados hasta
08 de enero	07 de enero
15 de enero	14 de enero
22 de enero	21 de enero
29 de enero	28 de enero
05 de febrero	04 de febrero

■ Promoción de Afiliación al recibo por correo electrónico



- En el caso de los ganadores de provincia, los premios serán entregados en las Oficinas de Claro donde resida el ganador previo acuerdo con el mismo, en un Centro de Atención.
- El deberás asistir a recoger el premio con tu DNI y una copia de este. Si no puedes acercarte, puede venir una persona designada por ti con carta poder simple firmada, copia de su DNI y copia del DNI del ganador.
- Para el caso en el que resulte ganador una empresa, deberá venir el representante legal o la persona que este designe por poder escrito.
- Los premios serán entregados a partir de la semana siguiente de realizado cada sorteo hasta el 12 de febrero, en las oficinas de Claro (Av. Nicolás Arriola 480, Santa Catalina La Victoria, piso 2) en horario de oficina 09.00 a.m. a 6:00 p.m.

Para contactos enviar un email al buzón de DistribucionPostpago@claro.com.pe o llamar a la central de Claro 01-6131000

Anexo n.º2: Campaña de Afiliación al correo electrónico - Ayuda a la compañía de Bomberos Voluntarios del Perú

Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú

▶ Volver

SE REALIZÓ LA ENTREGA DE LA VIII META DE LA CAMPAÑA DE CLARO POR LOS BOMBEROS DEL PERÚ

Junio 27, 2012

El piloto nacional Ramón Ferreyros entregó en nombre de Claro y de sus clientes postpago afiliados al recibo electrónico, la octava meta alcanzada como parte de la campaña solidaria Claro y Tú por los Bomberos del Perú, iniciativa que busca mejorar el equipamiento de los hombres de rojo a través de la entrega de metas mensuales al cabo de un año.



1 foto(s) en galería

En representación del Comandante General del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú (CGBVP), asistió el Brigadier Mayor CBP Jorge León Prado Dulanto, Jefe de la XXV Comandancia Departamental Lima Norte.

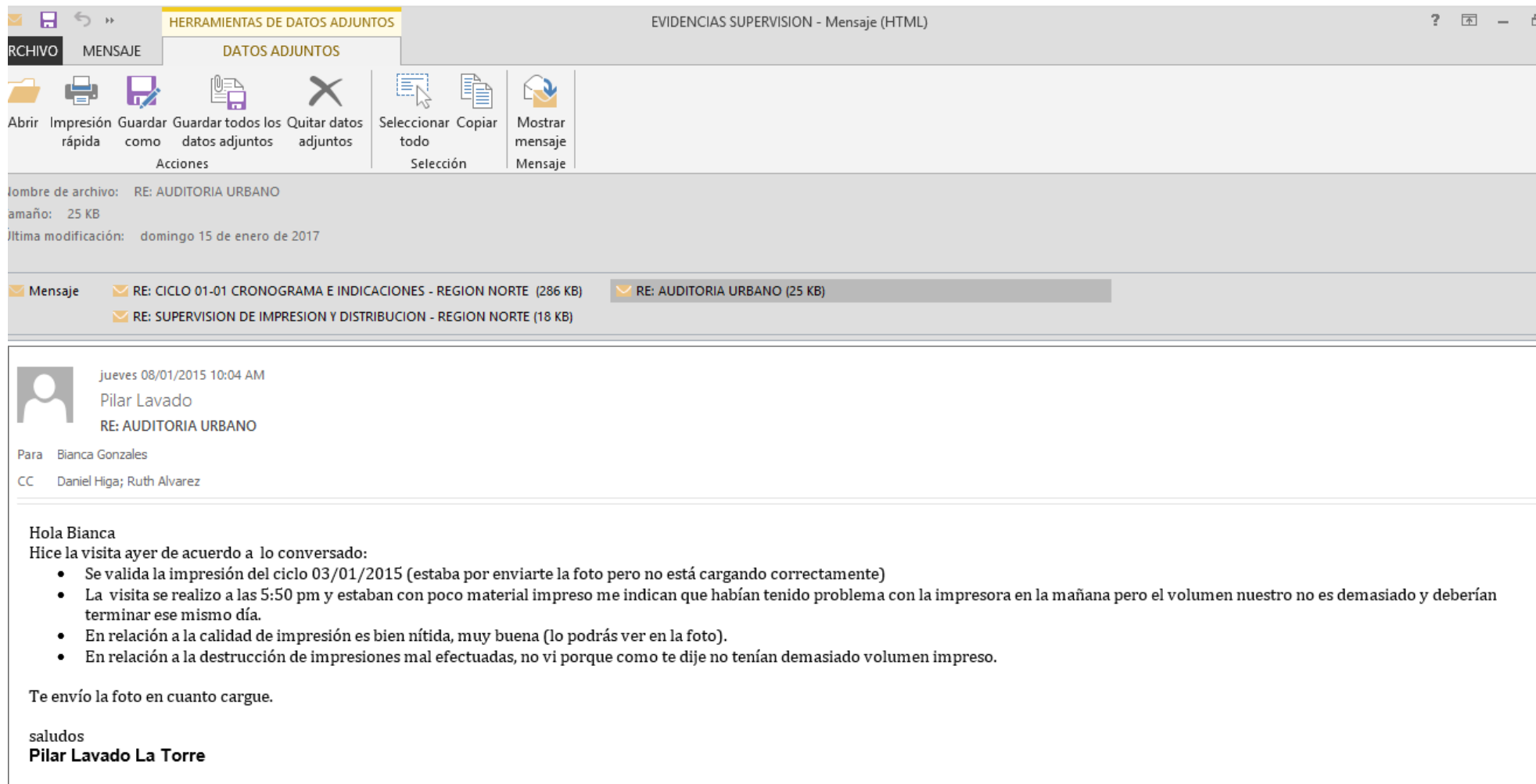
“Gracias a esta campaña, ahora todos los clientes postpago de Claro tenemos en nuestras manos la posibilidad de contribuir de alguna manera con el trabajo que realiza a diario el Cuerpo General de Bomberos del Perú”, señaló Ferreyros.

A su turno, Elí Sondón, Gerente de Asuntos Corporativos de Claro, recordó que los clientes de la empresa que aún no hayan solicitado su afiliación al recibo electrónico podrán hacerlo a través de la página web www.claro.com.pe en MI CLARO, en cualquiera de los 53 Centros de Atención al Cliente (CAC) a nivel nacional, llamando al 147 desde un celular Claro o al 0800-00123 desde un teléfono fijo.

Con el cumplimiento de esta nueva entrega (500 uniformes tropicales), Claro y sus clientes postpago han beneficiado a los hombres de rojo con 1000 pares de botas borceguíes, 1000 overoles, 5000 polos, 1500 uniformes tropicales y 1000 gorros Africa Korps.

De esta manera Claro demuestra su compromiso con la comunidad y esta importante institución, y anuncia el inicio de la meta nueve de la campaña, consistente en 500 overoles.

Anexo n.º 3: Evidencia del proceso de supervisión



The screenshot shows an email client window titled "EVIDENCIAS SUPERVISION - Mensaje (HTML)". The interface includes a menu bar with "RCHIVO" and "MENSAJE", and a toolbar with various actions like "Abrir", "Impresión rápida", "Guardar como", "Guardar todos los datos adjuntos", "Quitar datos adjuntos", "Seleccionar todo", "Copiar", and "Mostrar mensaje". Below the toolbar, the email details are displayed: "Nombre de archivo: RE: AUDITORIA URBANO", "Tamaño: 25 KB", and "Última modificación: domingo 15 de enero de 2017". The email content shows a list of attachments: "Mensaje", "RE: CICLO 01-01 CRONOGRAMA E INDICACIONES - REGION NORTE (286 KB)", "RE: AUDITORIA URBANO (25 KB)", and "RE: SUPERVISION DE IMPRESION Y DISTRIBUCION - REGION NORTE (18 KB)". The main body of the email is from Pilar Lavado, dated "jueves 08/01/2015 10:04 AM", with the subject "RE: AUDITORIA URBANO". The recipients are "Para: Bianca Gonzales" and "CC: Daniel Higa; Ruth Alvarez". The message content reads: "Hola Bianca", "Hice la visita ayer de acuerdo a lo conversado:", followed by a bulleted list of observations, and "Te envío la foto en cuanto cargue." The sender's name is "saludos Pilar Lavado La Torre".

Hola Bianca
Hice la visita ayer de acuerdo a lo conversado:

- Se valida la impresión del ciclo 03/01/2015 (estaba por enviarte la foto pero no está cargando correctamente)
- La visita se realizó a las 5:50 pm y estaban con poco material impreso me indican que habían tenido problema con la impresora en la mañana pero el volumen nuestro no es demasiado y deberían terminar ese mismo día.
- En relación a la calidad de impresión es bien nítida, muy buena (lo podrás ver en la foto).
- En relación a la destrucción de impresiones mal efectuadas, no vi porque como te dije no tenían demasiado volumen impreso.

Te envío la foto en cuanto cargue.

saludos
Pilar Lavado La Torre