

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

LIBROS

ARMSTRONGS, J. The Value of Formal Planning for Strategic Decision: Review of Empirical Research. 1982.

BABARESCO, A. Proceso Metodológico de la Investigación. Academia Nacional. 1992.

COTTLE, D. El Servicio Centrado en el Cliente. Editorial Díaz de Santos. 1990.

CHAVEZ, N. Introducción a la Investigación Educativa. 1991.

DAVID, F. La Gerencia Estratégica. Legis Ediciones. 1994.

DENTON, K. Calidad en el Servicio al Cliente. Editorial Díaz de Santos. 1991.

GODIWALLA, Y., MEINHART, W.; WARDE, W. General Management an Corporate Strategy. 1981.

GOMEZ, G. Planeación y Organización de Empresas. Mc. Graw Hill. 1990.

HERNANDEZ, R.; FERNANDEZ, C.; BAPTISTA, P. Metodología de la Investigación. 1991.

MENDEZ, C. Metodología. 1988

ROBINSON, R.; PEARSE, J. The Impact of Formalized Strategic Planning on Financial. Performance in Small Organizations. 1983.

STONER, J.; FREEMAN, E. Administración. Quinta Edición. 1990.

STONER, J.; WANKEL, C. Administración. Editorial: Prentice Hall. 1987.

TAMAYO y TAMAYO, M; El Proceso de la Investigación Científica. Editorial Limusa. 1994.

TESIS

BERMUDEZ, R. Planificación Estratégica para la Mediana Empresa. 1986.

CEPEDA, O. La Planificación Estratégica en la Publicidad. 1994

GALVIS, G. Calidad de Servicio al Cliente a través de la Gente de la Línea del frente. 1993.

MOLERO, R. Políticas y Estrategias Gerenciales. Casa de Estudio: Marquetería Punto de Arte. 1993.

USCATEGUI, A; NEY, C. Plan Estratégico de Mercadeo de Servicios del Hotel del Lago Intercontinental: Action Spa Club. 1993.

BIBLIOGRAFIA

ADAMS, E. Administración de la Producción y las Operaciones. Cuarta Edición. Editorial: Prentice Hall. 1991.

ARMSTRONGS, J. The Value of Formal Planning for Strategic Decision: Review of Empirical Research. 1982.

BAVARESCO, A. Proceso Metodológico de la Investigación. Editorial: Academia Nacional. 1992.

BERMUDEZ, R. Planificación Estratégica para la Mediana Empresa. 1986.

CEPEDA, O. La Planificación Estratégica en la Publicidad. 1994

COTTLE, D. El Servicio Centrado en el Cliente. Editorial Díaz de Santos. 1990.

CHAVEZ, N. Introducción a la Investigación Educativa. 1991.

DAVID, F. La Gerencia Estratégica. Legis Ediciones. 1994.

DAVIS, K. Administración en Mercadotecnia. Editorial: Limusa. 1993.

DENTON, K. Calidad en el Servicio al Cliente. Editorial Díaz de Santos. 1991.

EVANS, J. Administración y Control de Calidad. Editorial Iberoamericana. 1995.

GALVIS, G. Calidad de Servicio al Cliente a través de la Gente de la Línea del frente. 1993.

GOMEZ, G. Planeación y Organización de Empresas. Mc. Graw Hill. 1990.

- GODIWALLA, Y., MEINHART, W.; WARDE, W. General Management an Corporate Strategy. 1981.
- HAMPTON, D. Administración. Editorial: Mc. Graw Hill. 1990.
- HERMIDIA, J. Administración y Estrategia. 4ta. Edición. Ediciones Macchi. 1992.
- HERNANDEZ, R.; FERNANDEZ, C.; BAPTISTA, P. Metodología de la Investigación. 1991.
- KOONTZ, H. Administración. Editorial: Mc. Graw Hill. 1990.
- MENDEZ, C. Metodología. 1988
- MOLERO, R. Políticas y Estrategias Gerenciales. Casa de Estudio: Marquetería Punto de Arte. 1993.
- PICKLE, H,B. Administración de las Empresas Pequeñas y Medianas. Editorial Limusa. 1993.
- ROBINSON, R.; PEARSE, J. The Impact of Formalized Strategic Planning on Financial. Performance in Small Organizations. 1983.
- SABINO, C. El Proceso Metodológico de la Investigación. Academia Nacional. 1992.
- STONER, J.; FREEMAN, E. Administración. Quinta Edición. 1990.
- STONER, J. Administración. Quinta Edición. Ediciones: Prentice Hall. 1994.
- TAMAYO y TAMAYO, M; El Proceso de la Investigación Científica. Editorial Limusa. 1994.
- USCATEGUI, A; NEY, C. Plan Estratégico de Mercadeo de Servicios del Hotel del Lago Intercontinental: Action Spa Club. 1993.

Anexos

REPUBLICA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD "DR. RAFAEL BELLOSO CHACIN"
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO PARA MEJORAR
LA ATENCION A LOS CLIENTES DE
D.H.L. FLETES AEREOS, C.A. ESTACION MARACAIBO**

INSTRUMENTO DE VALIDACION

PRESENTADO POR:

BR. GUEVARA ALCANTARA, JOSE RAMON
T.S.U. MESTRE MONTIEL, ALEXANDER TRINIDAD

ASESORADO POR:

LIC. VICTOR CHIRINOS
LIC. BEATRIZ ISAMBERGTT

MARACAIBO, ENERO DE 1997

INTRODUCCION

Por ser usted un especialista en el área de Planificación Estratégica y debido a que la presente tesis trata sobre: "**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO PARA MEJORAR LA ATENCION A LOS CLIENTES DE D.H.L. FLETES AEREROS, C.A. ESTACION MARACAIBO**", es pertinente entregarle este instrumento, con la finalidad de que sea evaluado verificando su concordancia con los objetivos, variables e indicadores de dicha investigación.

Su aporte será de utilidad, en vista de su gran calidad como Docente en el área antes mencionada.

Gracias por su atención.

1. IDENTIFICACION DEL EXPERTO

Nombre y Apellido: _____

Lugar de trabajo: _____

Título: _____

2. IDENTIFICACION DE LA INVESTIGACION

Título: "**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO PARA MEJORAR LA ATENCION A LOS CLIENTES DE D.H.L. FLETES AEREOS, C.A. ESTACION MARACAIBO**"

3. OBJETIVO DE LA INVESTIGACION

3.1. OBJETIVO GENERAL

- Diseñar de un Plan Estratégico para mejorar la atención a los clientes de D.H.L. Fletes Aéreos, C.A. Estación Maracaibo.

3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Evaluar la misión de D.H.L. International y su adaptabilidad para D.H.L. Estación Maracaibo.
- Determinar las fortalezas y debilidades que D.H.L. presenta, en relación al servicio que ofrece a sus clientes.
- Evaluar las oportunidades y amenazas que inciden en los servicios que ofrece la empresa.
- Identificar los requerimientos de servicio por parte de los clientes.
- Evaluar el sistema de atención al cliente que la competencia utiliza.
- Definir los objetivos y políticas de atención al cliente, según los objetivos planteados.
- Diseñar las estrategias de atención al cliente, destinadas a optimizar los servicios que ofrece D.H.L.

4. VARIABLES EN ESTUDIO

Las variables de esta investigación son: Planificación estratégica y Atención a los Clientes.

INDICADORES DE PLANIFICACION ESTRATEGICA

- Análisis F.O.D.A.
- Conocimientos de los empleados sobre la misión, objetivos y políticas de la empresa.
- Conocimientos de los empleados sobre la misión, objetivos y políticas de la empresa.
- Formulación de Estrategias.

INDICADORES DE ATENCION A LOS CLIENTES.

- Entregas oportunas.
- Percepción del cliente sobre la calidad del servicio.
- Conocimiento de los requerimientos de los clientes.
- Seguridad en los envíos.
- Tiempo en tránsito.

4. CONSIDERA USTED, QUE BRINDARLE EL SERVICIO DE FLETES AEREOS CON AVIONES PROPIOS, ES MAS SEGURO Y CONFIABLE.

- SIEMPRE: _____
- CASI SIEMPRE: _____
- A VECES: _____
- NUNCA: _____

5. QUE OPINION LE MERECE EL SERVICIO QUE D.H.L. LE OFRECE A SUS CLIENTES, A TRAVES DE INTERNET.

- EXCELENTE: _____
- BUENO: _____
- REGULAR: _____
- MALO _____

6. DENTRO DEL NEGOCIO AEREO-EXPRESO, QUE NUEVO SERVICIO LE GUSTARIA QUE D.H.L. OFRECIERA.

- CARGA AEREA: _____
- SERVICIO DE CASILLEROS: _____
- OTROS: _____ ESPECIFIQUE: _____

7. CONSIDERA USTED CONVENIENTE LA APERTURA DE NUEVAS
OFICINAS, EN DIFERENTES SECTORES DE LA CIUDAD.

• SI _____

• NO _____

DE SER AFIRMATIVA, QUE SECTOR PREFERIRIA: _____

8. CONSIDERA USTED CONVENIENTE QUE D.H.L. LE OFREZCA A
SUS CLIENTES, UNA TARIFA PREFERENCIAL PARA LOS
PAQUETES DE MAS DE 10 KG.

• SI _____

• NO _____

9. DE LOS ENVIOS REALIZADOS A TRAVES DE D.H.L. HA SUFRIDO
USTED ALGUNA PERDIDA O EXTRAVIO.

• SI _____

• NO _____

10. PIENSA USTED, QUE D.H.L. DEBE MEJORAR ALGUNOS DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS A LOS CLIENTES.

- SI _____
- NO _____

10.1 EN CASO AFIRMATIVO, DE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS, INDIQUE CUAL (S)

- COMUNICACIÓN: _____
- INFORMACION DETELLADA DE LOS SERVICIOS: _____
- INFORMACION DE ENTREGA DE DOCUMENTOS: _____
- MANEJO DE RECLAMOS: _____
- OTROS: _____ ESPECIFIQUE: _____

11. QUE OPINION LE MERECE, EL HECHO DE QUE D.H.L. SOLO POSEA UNA OFICINA COMO PUNTO DE VENTA, PARA LA CIUDAD DE MARACAIABO.

- FAVORABLE: _____
- DESFAVORABLE: _____

12. CONSIDERA USTED DESFAVORABLE, LA POLITICA GUBERNAMENTAL QUE ESTABLECE EL PAGO DE IMPUESTOS PARA TODAS LAS IMPORTACIONES QUE TENGAN UN VALOR SUPERIOR A LOS CINCO (5) DOLARES.

- SI _____
- NO _____

13. QUE OPINION LE MERECE, EL HECHO DE QUE OTRAS EMPRESAS DEDICADAS AL NEGOCIO AEREO EXPRESO, UTILICEN UN SISTEMA DE RASTREO AUTOMATIZADO.

- FAVORABLE: _____
- DESFAVORABLE: _____
- NOTA: SISTEMA DE RASTREO ES EL SEGUIMIENTO HECHO A LOS ENVIOS, CAPAZ DE BRINDAR CUALQUIER INFORMACION AL RESPECTO.

14. CONSIDERA USTED DESFAVORABLE, QUE LOS COURRIER DE
OTRAS EMPRESAS DEL MISMO RAMO UTILICEN UNIFORMES
MAS PRESENTABLES QUE LOS QUE POSEE D.H.L.

• SI _____

• NO _____

NOTA: COURIER ES LA PERSONA QUE REALIZA EL TRASLADO DE
LOS ENVIOS.

15. CREE USTED QUE D.H.L. ENTREGA OPORTUNAMENTE SUS
ENVIOS.

• SI _____

• NO _____

16. CONSIDERA USTED, QUE A TRAVES DEL SISTEMA
AUTOMATIZADO DE SCANNER, SE DISMINUYE EL ERROR EN LA
ENTREGA DE SUS ENVIOS.

• SI _____

• NO _____

17. CREE USTED, QUE LA PRESENCIA DE D.H.L. EN MAS DE 220 PAISES, FAVORECE LAS ENTREGAS OPORTUNAS DE SUS ENVIOS.

• SI _____

• NO _____

18. CONSIDERA USTED, QUE D.H.L. LE OFRECE UN SERVICIO DE CALIDAD.

• SI _____

• NO _____

EXPLIQUE POR QUE: _____

19. PIENSA USTED, QUE EL HECHO DE CONTAR CON DOS (2) LINEAS 800 SIN COSTO, PARA SUMINISTRAR INFORMACION SOBRE CUALQUIER SERVICIO, INCLUYENDO LOS DETALLES DE ENTREGA, LE AGREGA CALIDAD AL MISMO.

• SI _____

• NO _____

20. QUE ESPERA USTED RECIBIR DE D.H.L. AL UTILIZAR SUS SERVICIOS.

- ENTREGAS OPORTUNAS: _____
 - EXCELENTE ATENCION: _____
 - SEGURIDAD EN EL MANEJO DE LOS ENVIOS: _____
 - INFORMACION RAPIDA Y PRECISA SOBRE EL STATUS DEL ENVIO: _____
 - OTROS: _____ ESPECIFIQUE: _____
-

21. CONSIDERA USTED QUE LA UTILIZACION DEL BUZON DE SUGERENCIAS, PERMITIRA CONOCER LO QUE EL CLIENTE ESPERA DE D.H.L.

- SI _____
- NO _____

16. QUE OPINION LE MERECE, EL HECHO DE QUE OTRAS EMPRESAS DEDICADAS AL NEGOCIO AEREO EXPRESO, UTILICEN UN SISTEMA DE RASTREO AUTOMATIZADO.

- FAVORABLE: _____
- DESAVORABLE: _____

NOTA: SISTEMA DE RASTREO ES EL SEGUIMIENTO HECHO A LSO ENVIOS, CAPAZ DE BRINDAR CUALQUIER INFORMACION AL RESPECTO.

17. CONSIDERA USTED DESFAVORABLE, QUE LOS COURRIER DE OTRAS EMPRESAS DEL MISMO RAMO UTILICEN UNIFORMES MAS PRESENTABLES QUE LOS QUE POSEE D.H.L.

- SI: _____
- NO: _____

NOTA: COURRIER ES LA PERSONA QUE REALIZA EL TRASLADO DE LOS ENVIOS.

18. CREE USTED QUE D.H.L. ENTREGA OPORTUNAMENTE SUS
ENVIOS.

- SI: _____
- NO: _____

18.1. DE SER NEGATIVA, INDIQUE LA CAUSA:

- POR EXTRAVIO: _____
 - ERROR EN LA DISTRIBUCION DE LOS ENVIOS: _____
 - ERROR EN LA DIRECCION SUMINISTRADA POR LOS CLIENTES.
 - OTROS: _____ ESPECIFIQUE: _____
-

19. CONSIDERA USTED, QUE A TRAVES DEL SISTEMA
AUTOMATIZADO DE SCANNER, SE DISMINUYE EL ERROR EN LA
ENTREGA DE SUS ENVIOS.

- SI: _____
- NO: _____

20. CREE USTED, QUE LA PRESENCIA DE D.H.L. EN MAS DE 220
PAISES, FAVORECE LAS ENTREGAS OPORTUNAS DE SUS ENVIOS.

• SI: _____

• NO: _____

21. QUE MEDIOS UTILIZA D.H.L. PARA CONOCER LOS
REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES

• TELE MERCADEO: _____

• EJECUTIVOS DE CUENTAS: _____

• ESTUDIO DE MERCADO: _____

• OTROS: _____ ESPECIFIQUE: _____

22. CONSIDERA USTED QUE LA UTILIZACION DEL BUZON DE
SUGERENCIAS, PERMITIRIA CONOCER LO QUE EL CLIENTE
ESPERA DE D.H.L.

• SI: _____

• NO: _____

23. QUE OPINION LE MERECE LA IMPLEMENTACION DE TRIPTICOS, QUE DETALLEN LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LA EMPRESA.

- EXCELENTE: _____
- BUENO: _____
- REGULAR: _____
- MALO: _____

24. EN SU OPINION, COMO PODRIA D.H.L. INCREMENTAR LA SEGURIDAD EN SUS ENVIOS.

- UTILIZACION DE PRECINTOS DE SEGURIDAD: _____
 - DISPONIBILIDAD DE MATERIAL DE EMBALAJE: _____
 - SEGUROS PARA LOS ENVIOS: _____
 - SISTEMA AUTOMATIZADO PARA EL SEGUIMIENTO DE LOS ENVIOS: _____
 - OTROS: _____ ESPECIFIQUE: _____
-

25. CONSIDERA USTED, QUE DESPACHAR LOS ENVIOS EL MISMO DIA QUE SON RECIBIDOS, DISMINUYE EL TIEMPO EN TRANSITO.

- SIEMPRE: _____
- CASI SIEMPRE: _____
- A VECES: _____
- NUNCA: _____

NOTA: TIEMPO EN TRANSITO: ES LA CANTIDAD DE TIEMPO QUE UN ENVIO TARDA EN LLEGAR, DESDE SU ORIGEN HASTA EL DESTINO FINAL.

26. LA UTILIZACION DE LOS AVIONES PROPIOS, ACELERA EL PROCESO DE ENTREGA DE LOS ENVIOS.

- SIEMPRE: _____
- CASI SIEMPRE: _____
- A VECES: _____
- NUNCA: _____

27. CONSIDERA USTED, QUE LA NO UTILIZACION DE TERCEROS,
REDUCE EL TIEMPO EN TRANSITO DE SUS ENVIOS.

- SIEMPRE: _____
- CASI SIEMPRE: _____
- A VECES: _____
- NUNCA: _____

PLANIFICACION ESTRATEGICA

INSTRUMENTO PARA LOS CLIENTES

INDICADOR	ITEMS	OBJETIVOS		INDICADORES		REDACCION	
		ADECUADO	INADECUADO	ADECUADO	INADECUADO	ADECUADO	INADECUADO
ANALISIS DE FORTALEZAS	1						
	2						
	3						
	4						
	5						
ANALISIS OPORTUNIDADES	6						
	7						
	8						
	9						
ANALISIS DEBILIDADES	10						
	10,1						
	11						
ANALISIS AMENAZAS	12						
	13						
	14						

ATENCION A LOS CLIENTES
INSTRUMENTO PARA LOS CLIENTES

INDICADOR	ITEMS	OBJETIVOS		INDICADORES		REDACCION	
		ADECUADO	INADECUADO	ADECUADO	INADECUADO	ADECUADO	INADECUADO
ENTREGAS OPORTUNAS	15						
	15.1						
	16						
	17						
PERCEPCION DEL CLIENTE SOBRE LA CALIDAD DEL PRODUCTO	18						
	19						
CONOCIMIENTO DE LOS REQUE- RIMIENTOS DE LOS CLIENTES	20						
	21						
SEGURIDAD EN LOS ENVIOS	22						
	23						
TIEMPO EN TRANSITO	24						
	25						
	26						

CUESTIONARIO PARA LOS EMPLEADOS

1. CONOCE USTED LA MISION DE D.H.L.

- SI: _____
- NO: _____

1.1. DE SER AFIRMATIVA, CREE USTED QUE LA MISMA SE
CUMPLE EN LA ESTACION MARACAIBO

- SI: _____
- NO: _____

2. CONSIDERA USTED, QUE LAS POLITICAS ESTABLECIDAS
POR D.H.L. PERMITEN EL LOGRO DE LAS METAS TRAZADAS
POR LA EMPRESA.

- SI: _____
- NO: _____

3. CREE USTED, QUE LOS OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA
EMPRESA, SON ALCANZABLES

- SI: _____
- NO: _____

EXPLIQUE SU RESPUESTA: _____

4. QUE MEDIOS UTILIZA D.H.L. PARA CONOCER LOS
REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES.

- TELE MERCADEO: _____
- EJECUTIVOS DE CUENTAS: _____
- ESTUDIOS DE MERCADO: _____
- OTROS: _____ ESPECIFIQUE: _____

5. CONSIDERA USTED, QUE LA UTILIZACION DEL BUZON DE
SUGERENCIAS, PERMITIRA CONOCER LO QUE EL CLIENTE
ESPERA DE D.H.L.

- SI _____
- NO: _____

6. QUE OPINION LE MERECE, LA IMPLEMENTACION DE UN
TRIPTICO QUE DETALLE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR
LA EMPRESA.

- EXCELENTE: _____
- BUENO: _____
- REGULAR: _____
- MALO: _____

7. EN SU OPINION COMO PODRIA D.H.L. INCREMENTAR LA
SEGURIDAD EN SUS ENVIOS

- UTILIZACION DE PRECINTOS DE SEGURIDAD: _____
 - DISPONIBILIDAD DE MATERIAL DE EMBALAJE: _____
 - SEGUROS PARA LOS ENVIOS: _____
 - SISTEMA AUTOMATIZADO PARA EL SEGUIMIENTO DE LOS
ENVIOS: _____
 - OTROS: _____ ESPECIFIQUE: _____
-

8. CONSIDERA USTED, QUE DESPACHAR LOS ENVIOS EL MISMO DIA QUE SON RECIBIDOS, DISMINUYE EL TIEMPO EN TRANSITO.

- SIEMPRE: _____
- CASI SIEMPRE: _____
- A VECES: _____
- NUNCA: _____

TIEMPO EN TRANSITO: ES LA CANTIDAD DE TIEMPO QUE TARDA EN LLEGAR UN ENVIO, DESDE SU ORIGEN HASTA EL DESTINO FINAL.

9. LA UTILIZACION DE AVIONES PROPIOS, ACELERA EL PROCESO DE ENTREGA DE LOS ENVIOS.

- SIEMPRE _____
- CASI SIEMPRE: _____
- A VECES: _____
- NUNCA: _____

10. CONSIDERA USTED, QUE LA UTILIZACION DE TERCEROS,
REDUCE EL TIEMPO EN TRANSITO DE LOS ENVIOS.

- SIEMPRE: _____
- CASI SIEMPRE: _____
- A VECES: _____
- NUNCA: _____

PLANIFICACION ESTRATEGICA

INSTRUMENTO PARA LOS EMPLEADOS

INDICADOR	ITEMS	OBJETIVOS		INDICADORES		REDACCION	
		ADECUADO	INADECUADO	ADECUADO	INADECUADO	ADECUADO	INADECUADO
CONOCIMIENTO DE LOS EMPLEADOS SOBRE MISION, OBJETIVOS Y POLITICAS DE EMPRESA	1						
	1.1						
	2						
	3						

PLANIFICACION ESTRATEGICA

INSTRUMENTO PARA LOS CLIENTES

INDICADOR	ITEMS	OBJETIVOS		INDICADORES		REDACCION	
		ADECUADO	INADECUADO	ADECUADO	INADECUADO	ADECUADO	INADECUADO
CONOCIMIENTOS DE LOS REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES	4						
	5						
SEGURIDAD EN LOS ENVIOS	6						
	7						
TIEMPO EN TRANSITO	8						
	9						
	10						

CUESTIONARIO PARA LA GERENCIA

1. DURANTE LA ELABORACION DE LAS ESTRATEGIAS, TOMA
USTED ENCUESTA LA MISION DE LA EMPRESA.

- SIEMPRE: _____
- CASI SIEMPRE: _____
- A VECES: _____
- NUNCA: _____

2. DURATNE EL PROCESO DE INVESTIGACION QUE ANTECEDE A
LA FIJACION DE LAS ESTRATEGIAS, SON ANALIZADOS EL
AMBIENTE INTERNO Y EXTERNO DE LA EMPRESA.

- SIEMPRE: _____
- CASI SIEMPRE: _____
- A VECES: _____
- NUNCA: _____

3. DE LAS ALTERNATIVAS QUE A CONTINUACION SE PROPONEN,
QUE CRITERIOS PRIVAN LA SELECCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS A
SEGUIR.

- DISPONIBILIDAD DE RECURSOS _____
- MAXIMIZACION DE UTILIDADES: _____
- MINIMIZACION DE COSTOS _____
- REGULACIONES GUBERNAMENTALES: _____
- TIEMPO DE EJECUCION DE LAS ESTRATEGIAS: _____
- OTROS: _____ ESPECIFIQUE: _____

4. QUE TECNICAS ANALITICAS UTILIZA USTED, PARA LA CREACION Y
EVALUACION DE ESTRATEGIAS FACTIBLES.

- MATRIZ PEEA (MATRIZ DE POSICION ESTRATEGICA Y
EVALUACION DE ACCIO): _____
- MATRIZ DE PORTAFOLIO: _____
- MATRIZ DE FACTIBILIDAD: _____
- OTRAS: _____ ESPECIFIQUE: _____

5. CONSIDERA USTED VENTAJOSA LA PRESENCIA DE D.H.L. EN
MAS DE 86.000 CIUDADES EN EL MUNDO.

- SI: _____
- NO: _____

6. CREE USTED QUE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LA
EMPRESA, SATISFACEN LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.

- SIEMPRE: _____
- CASI SIEMPRE: _____
- A VECES: _____
- NUNCA: _____

7. CONSIDERA USTED QUE BRINDAR EL SERVICIO DE FLETES
AEREOS CON AVIONES PROPIOS, ES MAS SEGURO Y
CONFIABLE.

- SIEMPRE: _____
- CASI SIEMPRE: _____
- A VECES: _____
- NUNCA: _____

8. QUE OPINION LE MERECE, EL SERVICIO QUE D.H.L. LE
OFRECE A SUS CLIENTES, A TRAVES DE INTERNET.

- EXCELENTE: _____
- BUENO: _____
- REGULAR: _____
- MALO: _____

9. DENTRO DEL NEGOCIO AEREO-EXPRESO, QUE NUEVO
SERVICIO CONSIDERA USTED, DEBE BRINDAR D.H.L.

- CARGA AEREA: _____
- SERVICIO DE CASILLEROS: _____
- OTROS: _____ ESPECIFIQUE: _____

10. CONSIDERA USTED CONVENIENTE, LA APERTURA DE NUEVAS
OFICINAS, EN DIFERENTES SECTORES DE LA CIUDAD.

- SI: _____
- NO: _____

10.1 DE SER AFIRMATIVA QUE SECTOR PREFERIRIA: _____

11. CREE USTED CONVENIENTE QUE D.H.L. LE OFREZCA A SUS
CLIENTES, UNA TARIFA PREFERENCIAL PARA LOS PAQUETES
DE MAS DE 10 KG.

- SI: _____
- NO: _____

12. EN SU OPINION, CUAL ES LA RAZON POR LA CUAL EN D.H.L.
OCURREN PERDIDAS O EXTRAVIOS EN LOS ENVIOS
REALIZADOS.

- ERROR EN LA CODIFICACION DE LOS ENVIOS: _____
- ERROR EN LA DISTRIBUCION DEL ENVIO: _____
- OTROS: _____ ESPECIFIQUE: _____

13. PIENSA USTED, QUE D.H.L. DEBE MEJORAR ALGUNOS DE LOS
SERVICIOS OFRECIDOS A SUS CLIENTES.

- SI: _____
- NO: _____

13.1. EN CASO AFIRMATIVO, DE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS,
INDIQUE CUAL (S)

- COMUNICACIÓN: _____
- INFORMACION DETALLADA DE LOS SERVICIOS: _____
- INFORMACION DE ENTREGA DE DOCUMENTOS: _____
- MANEJO DE RECLAMOS: _____
- OTROS: _____ ESPECIFIQUE: _____

14. QUE OPINION LE MERECE, EL HECHO DE QUE D.H.L. SOLO
POSEA UNA OFICINA COMO PUNTO DE VENTA, PARA LA CIUDAD
DE MARACAIBO.

- FAVORABLE: _____
- DESFAVORABLE: _____

15. CONSIDERA USTED DESFAVORABLE, LA POLITICA
GUBERNAMENTAL QUE ESTABLECE EL PAGO DE IMPUESTOS
PARA TODAS LAS IMPORTACIONES QUE TENGAN UN VALOR
SUPERIOR A LOS CINCO (5) DOLARES

- SI: _____
- NO: _____

22. QUE OPINION LE MERECE LA IMPLEMENTACION DE
TRIPTICOS, QUE DETALLEN LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LA
EMPRESA.

- EXCELENTE: _____
- BUENO: _____
- REGULAR: _____
- MALO: _____

23. EN SU OPINION, COMO PODRIA D.H.L. INCREMENTAR LA
SEGURIDAD EN SUS ENVIOS

- UTILIDAD PRECINTAS DE SEGURIDAD: _____
- DISPONIBILIDAD DE MATERIAL DE EMBALAJE: _____
- SEGUROS PARA LOS CLIENTES: _____
- SISTEMA AUTOMATIZADO PARA EL SEGUIMIENTO DE LOS
ENVIOS: _____
- OTROS: _____ ESPECIFIQUE: _____

—

24. CONSIDERA USTED, QUE DESPACHAR LOS ENVIOS DEL MISMO DIA QUE SON RECIBIDOS, DISMINUYE EL TIEMPO EN TRANSITO.

- SIEMPRE: _____
- CASI SIEMPRE: _____
- A VECES: _____
- NUNCA: _____

NOTA: TIEMPO EN TRANSITO: ES LA CANTIDAD DE TIEMPO QUE UN ENVIO TARDA EN LLEGAR, DESDE SU ORIGEN HASTA EL DESTINO FINAL.

25. LA UTILIZACION DE LOS AVIONES PROPIOS, ACELERA EL PROCESO DE ENTREGA DE LOS ENVIOS.

- SIEMPRE: _____
- CASI SIEMPRE: _____
- A VECES: _____
- NUNCA: _____

26. CONSIDERA USTED, QUE LA NO UTILIZACION DE TERCEROS,
REDUCE EL TIEMPO EN TRANSITO DE SUS ENVIOS.

- SIEMPRE: _____
- CASI SIEMPRE: _____
- A VECES: _____
- NUNCA: _____

PLANIFICACION ESTRATEGICA
INSTRUMENTO PARA LA GERENCIA

INDICADOR	ITEMS	OBJETIVOS		INDICADORES		REDACCION	
		ADECUADO	INADECUADO	ADECUADO	INADECUADO	ADECUADO	INADECUADO
FORMULACION DE ESTRATEGIAS	1						
	2						
	3						
	4						
ANALISIS FORTALEZAS	5						
	6						
	7						
	8						
ANALISIS OPORTUNIDADE	9						
	10						
	11						
	12						
ANALISIS DE DEBILIDADES	13						
	13,1						
	14						
	15						
ANALISIS DE LAS AMENAZAS	16						
	17						

ATENCION A LOS CLIENTES
INSTRUMENTO PARA LA GERENCIA

INDICADOR	ITEMS	OBJETIVOS		INDICADORES		REDACCION	
		ADECUADO	INADECUADO	ADECUADO	INADECUADO	ADECUADO	INADECUADO
ENTREGAS OPORTUNAS	18						
	18.1						
	19						
	20						
CONOCIMIENTOS DE LOS REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES	21						
	22						
SEGURIDAD EN LOS ENVÍOS	23						
	24						
TIEMPO EN TRANSITO	25						
	26						
	27						

JUICIO DEL EXPERTO

1. CONSIDERA QUE EL INSTRUMENTO ES PERTINENTE CON LOS
OBJETIVOS.

• SI: _____

• NO: _____

• OBSERVACIONES: _____

2. CONSIDERA QUE EL INSTRUMENTO ES PERTINENTE CON LAS
VARIABLES.

• SI: _____

• NO: _____

• OBSERVACIONES: _____

3. CONSIDERA QUE EL INSTRUMENTO ES PERTINENTE CON LOS
INDICADORES.

• SI: _____

• NO: _____

OBSERVACIONES: _____

4. CONSIDERA VALIDO EL INSTRUMENTO

• SI: _____

• NO: _____

OBSERVACIONES: _____
