



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL  
DE ADMINISTRACIÓN**

**TESIS**

**METODOLOGÍA DE OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS  
DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS PARA EL  
POSICIONAMIENTO EMPRESARIAL EN LA EMPRESA  
CORONEL EIRL- CHICLAYO-2012**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**Autora:**

**Bach. Coronel Siesquen Carla Patricia**

**Asesor:**

**Mg. Aguinaga Fernández Héctor Agustín**

**Línea de Investigación:  
Marketing**

**Pimentel – Perú  
2012**

## **RESUMEN**

La presente investigación tiene por objetivo elaborar una metodología para la optimización de procesos de distribución de productos para el posicionamiento empresarial en la empresa “CORONEL” EIRL – Chiclayo. La presente investigación se realizó en la Distribuidora Coronel EIRL, que se dedica a la venta de gas al por mayor y menor en las zonas de Chiclayo y aledañas a ella.

El tipo de investigación es descriptiva, el cual consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. El diseño de investigación es no experimental ya que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. La población está conformada por los clientes que son 260 personas. Para la recolección de los datos se utilizó el instrumento de la encuesta y para la interpretación de las tablas y figura a través del programa del SPSS y el Microsoft Office.

Por lo tanto se concluye que los clientes de la distribuidora coronel manifiestan su inconformidad con el proceso de atención al cliente especialmente en el reparto, tiempos de llegada, devoluciones, quejas, de productos lo cual puede generar desconfianza en el proceso de compra y por ende la migración de los clientes a la competencia, por lo que es importante proponer un flujo gramado administrado para el proceso de distribución comercial de los bidones de gas que considere entrega oportuna y estrategias de reparto del producto.

**PALABRAS CLAVES:** Distribución, Posicionamiento, Atención al cliente, Estrategias de reparto.