

Gestión de procesos operativos y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la Distribuidora PAMOGA S.A., cantón Portoviejo, provincia de Manabí

Management of operational processes and their impact on customer satisfaction at Distribuidora PAMOGA S.A., Portoviejo canton, Manabí province

Susana María Cevallos-Zambrano¹
Universidad Técnica de Manabí - Ecuador
susana.cevallos@utm.edu.ec

Renier Esquivel-García²
Universidad Técnica de Manabí - Ecuador
renier.esquivel@utm.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2023.2-1.1742

V8-N2-1 (mar) 2023, pp. 115-123 | Recibido: 10 de febrero de 2023 - Aceptado: 16 de marzo de 2023 (2 ronda rev.)
Edición Especial

1 Ingeniera en Finanzas y Relaciones Comerciales. Estudiante de maestría profesional en Administración de Empresa en la Universidad Técnica de Manabí

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7312-7446>

2 Doctor en Ciencias Técnicas. Máster en Dirección. Máster en Dirección. Ingeniero Industrial. Auditor Interno de Calidad. Profesor Principal a Tiempo Completo, Universidad Técnica de Manabí

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6170-9625>

Cómo citar este artículo en norma APA:

Cevallos-Zambrano, S., & Esquivel-García, R., (2023). Gestión de procesos operativos y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la Distribuidora PAMOGA S.A., cantón Portoviejo, provincia de Manabí. 593 Digital Publisher CEIT, 8(2-1), 115-123 <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.2-1.1742>

Descargar para Mendeley y Zotero

RESUMEN

La satisfacción de los clientes es un objetivo que toda empresa prestadora de servicios debe plantearse, más cuando su propósito es el crecimiento y expansión en los mercados locales donde pretende ubicarse. Por ello, basándose en estrategias, herramientas, técnicas o métodos proporcionados por la gestión de procesos operacionales, amparados por especificaciones o normas estandarizadas lo formarán más competitivos, incrementando la captación de clientes leales, fieles y multiplicadores de su buen servicio porque la satisfacción es implícita. Para medir la efectividad de esta gestión de procesos y la incidencia en la satisfacción de los clientes, se llevará a cabo una investigación de campo, donde los protagonistas serán los directivos y empleados de la distribuidora y los clientes a los cuales se le distribuirán los productos de consumo masivo; a ellos se les aplicará una encuesta que arrojará como resultado, sus diversas o similares opiniones. Como resultados a resaltar esta la consideración por parte de directivos y empleados de Muy buena la gestión de procesos en la distribuidora; así como la opinión de los clientes en cuanto a la importancia del cumplimiento de todos los elementos (desempeño, experiencia y ofertas) para la satisfacción con los servicios recibidos. Por todo esto, se concluye que la gestión de procesos operacionales incide en la satisfacción de los clientes en un 72% de importancia para las partes involucradas en el estudio (empleados, directivos y consumidores).

Palabras clave: gestión de procesos; satisfacción; indicadores

ABSTRACT

Customer satisfaction is an objective that every service provider company must consider, especially when its purpose is growth and expansion in the local markets where it intends to establish itself. For this reason, based on strategies, tools, techniques or methods provided by the management of operational processes, covered by specifications or standardized norms, they will make it more competitive, increasing the acquisition of loyal, faithful customers and multipliers of their good service because satisfaction is implicit. To measure the effectiveness of this process management and the impact on customer satisfaction, a field investigation will be carried out, where the protagonists will be the managers and employees of the distributor and the customers to whom the products will be distributed. of mass consumption; a survey will be applied to them that will yield their diverse or similar opinions as a result. As results to highlight is the consideration by managers and employees of Very good process management in the distributor; as well as the opinion of the clients regarding the importance of compliance with all the elements (performance, experience and offers) for satisfaction with the services received. For all this, it is concluded that the management of operational processes affects customer satisfaction in 72% of importance for the parties involved in the study (employees, managers and consumers).

Key words: process management; satisfaction; indicators

Introducción

La Distribuidora PAMOGA S. A. fue creada por el Ec. Patricio Moreano García en el año 1999 en la ciudad de Portoviejo. En su inicio el emprendimiento se fundamentaba en la distribución de productos de consumo masivo en pequeños y medianos locales comerciales, a fin de satisfacer sus necesidades y abastecer de productos básicos y/o elementales que son requeridos por todos los hogares, aspirando en un futuro posicionarse en el mercado local como la fuente principal de artículos de primera necesidad y posteriormente en la provincia de Manabí.

Como empresa distribuidora está legalmente posicionada en Portoviejo, cuenta con varias rutas de vendedores a nivel provincial y en lo que refiere a la ciudad de Portoviejo a fin de distribuir los productos que expende de manera completa a nivel provincial y local, sin embargo, tiene claro que existen muchas zonas que no cubre dado a la expansión comercial de la provincia en cuanto a negocios de menor y mediano tamaño.

La Distribuidora PAMOGA S.A. está encaminada a alcanzar su visión, al ser una empresa de venta de productos de consumo masivo, los costes de calidad que ofrecen a sus clientes muestran que se lleva a cabo de forma eficiente, dando de esta manera buena imagen y garantizando la competitividad de la empresa y sus productos.

Como misión la Distribuidora PAMOGA S.A. tiene por objetivo brindar servicios con calidad, prontitud y eficacia, abasteciendo productos de consumo masivo a la clientela, con el fin de fortalecer el mercado y contribuir al desarrollo socioeconómico de la provincia y obtener así clientes satisfechos.

Así mismo su visión es llegar a ser una organización empresarial consistente y grande en la Provincia de Manabí, a fin de captar un mercado potencialmente rentable y competitivo en nuestras líneas de comercialización.

La empresa objeto de estudio “Distribuidora Pamoga S.A.”, fue creada con

el fin de prestar servicio de distribución de productos de consumo masivo, donde con el tiempo, el emprendimiento fue creciendo por la demanda constante y exigente; a su vez sus directivos comenzaron a proyectar nuevas metas de captación de clientes. Conscientes de que, para el logro de esas ambiciosas metas debían tener claras, ciertas teorías en su organización, planteándose objetivos enfocados a la aplicación de una gestión de sus procesos bien definidos.

Partiendo de que toda organización es concebida con un fin, para obtener resultados que puedan o deban ser medidos y administrados y que el resultado exitoso dependerá de las estrategias y metodologías que se apliquen, donde estas deben estar continuamente actualizadas a las técnicas y/o herramientas que establezcan criterios adaptados a los procesos productivos. Existen diversas teorías, pero todas enfocadas a un mismo objetivo como lo es la Gestión de Procesos, la cual es definida por Muñoz y Andrade (2017) en su primer término de la siguiente manera: Gestión “refiere que este es un conjunto de etapas o pasos que se ejecutan para solucionar un trabajo, definir un proyecto o gestionar una corporación u organización”; por otro lado Delgado G. y Calsina W. (2019), en su investigación muestran como logran reducir la cantidad de quejas de los clientes, como resultado de la planificación de Procesos en sus servicios. De igual manera demuestran la satisfacción en sus clientes al mejorar y optimizar sus procesos y su desempeño. A su vez Fornerón J. y otros (2020) indican que es importante llevar a cabo procesos de gestión con recursos compartidos ya que ellos partieron de una gestión de recursos centralizados, mostrando altos niveles de aceptación de esta propuesta por parte de los involucrados en los procesos.

Observando todo lo anterior, contrastan dos conceptos, “gestión” es la indagación o planteamientos de objetivos y estrategias de mejora y “procesos” interpretados como el esfuerzo de todos los componentes (tangibles e intangibles) que integran una organización. Todo esto, a enfocarse a la satisfacción del cliente, quien es, al final el juez de la calidad del servicio prestado

Una vez definido la gestión de procesos operativos y con la finalidad de obtener resultados favorables tanto para sus empleados como para la parte gerencial, ya que, al ser un conjunto de actividades imprescindibles para la existencia del negocio de Distribución de productos, esto ayudará a continuar el desarrollo planteado en esta investigación (Porrás, 2020).

En otro orden de ideas, para lograr la satisfacción de sus clientes, las técnicas recomiendan establecer una conexión más directa tanto de la parte administrativa como operativa y de logística, no tan solo que se termine el proceso en entregar el producto sino saber más allá las necesidades, observaciones o inquietudes que tengan los clientes. La satisfacción del cliente es la clave para una mejora continua ya que facilita la identificación de áreas críticas, en las que se debe intervenir con prioridad (Bruni, 2017).

Por todo esto, se desea, poner en practica la gestión de procesos y Evaluar que el cliente esté satisfecho con el servicio prestado por la distribuidora, enfocados en que estos son el porta voz para los demás posibles consumidores de sus productos, hacer énfasis en las debilidades y fortalezas encontradas para seguir mejorando y creciendo como empresa.

Con base en lo anterior se menciona que, la satisfacción del Cliente es la clave para una mejora continua ya que facilita la identificación de áreas críticas en las que intervenir con prioridad: se trata de una herramienta de gestión que puede ser un poderoso estímulo de aceleración y orientación para cambiar los aspectos organizativos, culturales y técnicos (Bruni, 2017)

Cordero, D.; Sañay, I. (2020). en su publicación “demuestra la implementación ágil de un esquema de indicadores para procesos críticos sin dejar de lado la visualización global de todo el mapa de procesos de la organización”. A su vez referencia a Quishpe R. y Walter J. (2018), quienes definen Gestión de Procesos de Negocios (BPM) como “un conjunto de métodos, herramientas y tecnologías utilizados para diseñar, representar, analizar y controlar procesos de negocio operacionales, para apuntar

con precisión una gestión sistemática e integrada de los sectores de la empresa y las actividades de cada empleado involucrado en un proceso de negocio en particular, intentando que sea cada vez más calificado, productivo y rentable”.

Por ello, nuestra investigación tomara referencialmente estas diversas teorías y resultados para desarrollar y aplicar en la empresa Distribuidora PAMOGA S.A. la Gestión de Procesos y lograr las metas u objetivos planteados, sin obviar y basados en la ISO 9001: 2008. (2018) “Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos”.

Por último, Suárez (2017) asoció las actividades de las organizaciones a través de una secuencia de trabajo que establece la forma y procedimientos que buscan la máxima productividad, generando en paralelo alcanzar los objetivos y la satisfacción del cliente. El autor hace énfasis en señalar que, para que exista máxima eficiencia, necesariamente se debe planear, gestionar y mejorar las actividades para satisfacer a los clientes internos y externos; y Carrion G. (2022) concluye que la “gestión por procesos impactan significativamente en la satisfacción del cliente de la empresa del sector de servicios alimentarios, debido a que los resultados en el indicador nivel de satisfacción respecto a la calidad del servicio, en una evaluación pre y post tuvieron un incremento significativo”

El objetivo de la siguiente investigación es: “Analizar la gestión de procesos operativos y la satisfacción de los clientes en la Distribuidora PAMOGA S.A., cantón Portoviejo, provincia de Manabí” de tal forma de dar respuestas a las metas de expansión a nuevos mercados locales y nacionales.

Metodología

Enfoque metodológico

El enfoque metodológico de esta investigación fue cuantitativo. Según Hernández et al. (2014) este enfoque es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos

redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. (p. 18)

Tipo de investigación

El tipo de investigación fue de campo ya que se recolectó información con el cuestionario de escala de Likert. Para Arias (2012) la investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos, directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables algunas, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. (p. 31)

Población

Según Hernández et al. (2014), la población se define como el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (p. 174).

En esta investigación la población estará conformada por los directivos de la empresa y clientes.

Muestra

Para identificar las fases de la gestión de los procesos operativos en la Distribuidora PAMOGA, S.A, cantón Portoviejo, provincia de Manabí, la muestra está conformada por los directivos, no se hará muestreo.

Para determinar los factores de la satisfacción del cliente en la Distribuidora PAMOGA, S.A, cantón Portoviejo, provincia de Manabí, la muestra está conformada por los clientes y se utilizó un muestreo no probabilístico, Según Hernández et al. (2014) Las muestras no probabilísticas, también llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización. (p. 189)

Diseño de investigación

El diseño de investigación fue no experimental y longitudinal. Según Hernández et al. (2014), define al diseño no experimental como los estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos, de igual manera, los diseños longitudinales son los estudios que recaban datos en diferentes puntos del tiempo, para realizar inferencias acerca de la evolución del problema de investigación o fenómeno, sus causas y sus efectos (p.159)

Técnicas de recolección de información

La técnica de recolección de información que se utilizó en esta investigación fue un cuestionario en escala de Likert, el cual es definido por Hernández et al. (2014) como el conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías. (p. 238).

Procesamiento de datos

Para procesar los datos recolectados con los cuestionarios en la escala de Likert, se utilizará el programa Excel.

Metodología

Para desarrollar las actividades que incidirían en el logro de los objetivos planteados en esta investigación, se llevaron a cabo los procesos de gestión, bajo las siguientes premisas y teorías:

Los 4 ciclos con sus 9 fases son:

Ciclo 1. Desde la estrategia de la organización. Se refiere a que la incorporación de la gestión de procesos debe estar expresada en el plan estratégico. Consta de una sola fase: 1. Incorporar la gestión de procesos en la organización. Donde se resuelve: crear un área de procesos y designar el equipo de trabajo, definir las grandes líneas de trabajo en la gestión de procesos, identificar la tecnología necesaria y realizar la preparación adecuada de las personas del área y de toda la organización.

Ciclo 2. Modelamiento visual de los procesos. Consta de dos fases: 2. Diseñar el mapa de procesos: consiste en ver la totalidad de los procesos de la organización: el proceso de dirección estratégica, los procesos del negocio y los procesos de apoyo. Desde esta visión de conjunto se comienza a segmentar y detallar. Este mapa es vital para elaborar el plan estratégico de la organización. 3. Representar los procesos mediante modelos visuales: flujogramas de información y listas de tareas, donde también se realizan observaciones y recomendaciones generales.

Ciclo 3. Intervenir procesos modelados. Este ciclo exige conocer previamente la totalidad de los procesos a nivel del modelamiento visual. A las dos fases donde se propone y realiza el cambio: mejora y rediseño de procesos, se le llama también optimización de procesos. Consta de cuatro fases: 4. Gestión estratégica de procesos: contempla priorizar procesos desde lo indicado en la estrategia e incluye la definición de indicadores y de dueños de procesos. También señala los objetivos para la optimización de procesos (mejora o rediseño). 5. Mejorar procesos: se refiere a definir y aplicar las mejoras para cumplir los objetivos de rendimiento del proceso señalados en la fase anterior. 6. Rediseñar procesos: se refiere a definir y aplicar una solución para cumplir los objetivos de rendimiento del proceso señalados en la fase anterior. Se suman en esta fase los aportes de la gestión de proyectos porque el rediseño se orienta al cambio mayor. 7. Formalizar procesos: contempla elaborar el procedimiento como detalle completo de un proceso optimizado. Debe asegurarse que la nueva práctica se incorpore y mantenga en la organización.

Ciclo 4. Durante la vida útil del diseño del proceso formalizado. Este ciclo exige que el proceso esté formalizado, producto de un diseño reciente o de una optimización. Consta de dos fases: 8. Controlar procesos: se refiere al seguimiento, al cumplimiento de estándares y a la reacción en caso de situaciones fuera del estándar. Este rol lo cumple el dueño del proceso. 9. Mejora continua: se refiere al diseño y la práctica de cómo el diseño del proceso se

continuará perfeccionando tanto para adaptar a la realidad como para capitalizar innovaciones.

En la Tabla 1 se muestran los indicadores de las variables utilizadas en la investigación

Tabla 1

Indicadores de las variables

Variable	Indicadores
Gestión de procesos operativos	Incorporar la gestión de procesos en la organización. Donde se resuelve: crear un área de procesos y designar el equipo de trabajo, definir las grandes líneas de trabajo en la gestión de procesos, identificar la tecnología necesaria y realizar la preparación adecuada de las personas del área y de toda la organización.
	Diseñar el mapa de procesos Consiste en ver la totalidad de los procesos de la organización: el proceso de dirección estratégica, los procesos del negocio y los procesos de apoyo. Desde esta visión de conjunto se comienza a segmentar y detallar. Este mapa es vital para elaborar el plan estratégico de la organización.
	Representar los procesos mediante modelos visuales Flujogramas de información y listas de tareas, donde también se realizan observaciones y recomendaciones generales.
	Gestión estratégica de procesos Contempla priorizar procesos desde lo indicado en la estrategia e incluye la definición de indicadores y de dueños de procesos. También señala los objetivos para la optimización de procesos (mejora o rediseño).
	Mejorar procesos Se refiere a definir y aplicar las mejoras para cumplir los objetivos de rendimiento del proceso señalados en la fase anterior.
	Rediseñar procesos Se refiere a definir y aplicar una solución para cumplir los objetivos de rendimiento del proceso señalados en la fase anterior. Se suman en esta fase los aportes de la gestión de proyectos porque el rediseño se orienta al cambio mayor.
	Formalizar procesos Contempla elaborar el procedimiento como detalle completo de un proceso optimizado. Debe asegurarse que la nueva práctica se incorpore y mantenga en la organización.
	Controlar procesos Se refiere al seguimiento, al cumplimiento de estándares y a la reacción en caso de situaciones fuera del estándar. Este rol lo cumple el dueño del proceso.
	Mejora continua Se refiere al diseño y la práctica de cómo el diseño del proceso se continuará perfeccionando tanto para adaptar a la realidad como para capitalizar innovaciones.

Satisfacción del cliente	Factores Higiénicos
	Son factores que son esperados por el cliente, en los que un fallo en su prestación causará insatisfacción al cliente.
	Factores de Crecimiento
	Cuya prestación dará lugar a satisfacción en el cliente, y en los que un fallo en su prestación no causará necesariamente insatisfacción.
	Factores de Doble Umbral
	Son esperados por el cliente, en los que un fallo en su prestación causará insatisfacción, y cuya prestación por encima de cierto nivel dará lugar a satisfacción en el cliente.

Resultados

Con los resultados de esta investigación se espera:

Obtener una descripción de las fases de la gestión de los procesos operativos en la Distribuidora PAMOGA, S.A, cantón Portoviejo, provincia de Manabí.

Realizar un análisis de los factores de la satisfacción del cliente en la Distribuidora PAMOGA, S.A, cantón Portoviejo, provincia de Manabí.

Realizar un análisis de la incidencia de la gestión de procesos operativos en la satisfacción del cliente en la Distribuidora PAMOGA S.A., cantón Portoviejo, provincia de Manabí.

Socializar los resultados de la investigación ante la distribuidora de productos de consumo masivo objeto de estudio para sensibilizarla en cuanto a la importancia de utilizarlos para mejorar la gestión de los procesos operativos y la satisfacción del cliente.

Ampliar el campo de análisis, interpretación y discusión sobre la gestión de los procesos operativos y la satisfacción del cliente.

Publicar un artículo en una revista científica indexada a partir de los resultados de esta investigación.

Presentar una ponencia en evento científico nacional o internacional.

Fortalecer las bases teóricas y metodológicas para el estudio de la gestión de los

procesos operativos y la satisfacción del cliente en distribuidoras de productos de consumo masivo.

Fortalecer las líneas de investigación del Instituto de Posgrado.

De la encuesta aplicada a los empleados y tomando aleatoriamente las siguientes respuestas:

Tabla 2

Respuesta obtenida de la pregunta 2 de encuesta aplicada:

PREGUNTA 2. ¿Cómo considera usted que es la gestión operativa de la empresa DISTPAMOGA S.A.?		
MUY BUENA	23	63,9%
BUENA	13	36,1%
REGULAR	0	0,0%
MALA	0	0,0%
MUY MALA	0	0,0%
TOTAL	36	100,0%

Tabla 3

Respuesta obtenida de la pregunta 3 de encuesta aplicada:

PREGUNTA 3. Seleccione las funciones de la gestión operativa que cumple la empresa DISTPAMOGA S.A.		
PLANIFICACIÓN OPERATIVA	2	5,6%
FINANZAS	2	5,6%
CONTROL DE CALIDAD	2	5,6%
ESTRATEGIA	4	11,1%
TODAS	26	72,2%
NINGUNA	0	0,0%
TOTAL	36	100,0%

De la encuesta aplicada a los clientes y tomando aleatoriamente las siguientes respuestas:

Tabla 4

Respuesta obtenida de la pregunta 2 de encuesta aplicada:

PREGUNTA 2. Seleccione los elementos de la satisfacción del cliente que cree usted cumple la empresa DISTPAMOGA S.A.		
DESEMPEÑO	32	8,7%
EXPERIENCIA	78	21,4%
OFERTAS	105	28,6%
TODAS	151	41,3%
NINGUNA	0	0,0%
TOTAL	366	100,0%

Tabla 5:

Respuesta obtenida de la pregunta 4 de encuesta aplicada:

REGUNTA 4. ¿Qué tan importante es para usted que la empresa DISTPAMOGA S.A. cumpla con sus expectativas?		
MUY IMPORTANTE	346	94,4%
IMPORTANTE	20	5,6%
NEUTRAL	0	0%
POCO IMPORTANTE	0	0%
NO ES IMPORTANTE	0	0%
TOTAL	366	100%

Discusión

De la aplicación de las encuestas, se obtuvieron resultados valiosos, que permiten diseñar la estrategia interna y externa en la gestión de los procesos operativos y la satisfacción del cliente en la Distribuidora “PAMOGA S.A.”

De la encuesta aplicada a los empleados:

A pesar de que en la pregunta 2, la percepción de que la gestión operativa de procesos en la empresa es considerada Muy Buena en un 64% aproximadamente, preocupa que el otro 36% no le de esa misma denominación, lo que implica que hay que seguir en busca del 100% que proporcione la excelencia general en toda la gestión y por ende en la prestación del servicio.

De igual manera, el resultado obtenido en la pregunta 3, refleja que un 72% considera que en la empresa se realizan todas las funciones estratégicas, de control de calidad, de finanzas y de planificación operativa en la Gestión Operativa de procesos; llamando la atención que el resto está disgregado entre los que consideran lo siguiente: un 10% funciones estratégicas, 6% funciones de control de calidad, 6% funciones de finanzas y otro 6% funciones de planificación operativa.

De la encuesta aplicada a los clientes:

El resultado obtenido en la pregunta 2, refleja diversas respuestas con porcentajes que difieren, un 41,3% considera que la empresa cumple con todos los elementos que lo satisfacen (desempeño, experiencia, ofertas), mientras que

28,6% dice que cumple con el elemento ofertas y eso los satisface, otro 21,4% alega que el elemento experiencia se cumple y un 8,7% dice sentir satisfacción con el elemento desempeño. En línea general, DISTPAMOGA S.A., debe centrar su atención en los elementos evaluados, de manera de aumentar la satisfacción de los clientes con el cumplimiento de todos ellos.

De igual manera, en la pregunta 4, los clientes manifestaron en un 94% que era Muy Importante que la empresa cumpla con sus expectativas, mientras el otro 6% expresa que es Importante el cumplimiento de sus perspectivas, observando que la divergencia quizás se debió a la definición de ambos indicadores a evaluar.

Conclusiones

Cuando la empresa DISTPAMOGA S.A. incorporó la gestión de procesos entre las estrategias para lograr posicionarse en el mercado de distribución de productos masivos, se sintió el cambio en el ambiente laboral de sus empleados y directivos, tal como lo muestran las respuestas a las preguntas planteadas en la encuesta aplicada. A su vez se concluye lo positivo de la estrategia de representación de los procesos con herramientas o modelos visuales, el rediseño de estos influyo a su vez en el rendimiento de los proyectos.

Desde el lado de los clientes, el porcentaje de consumidores satisfechos garantizan lealtad, difusión y mantenibilidad con los servicios de distribución de productos por parte de DISTPAMOGA S.A., sin embargo, preocupa la disgregación de opiniones en cuanto a los elementos a cumplir por parte de la empresa (desempeño, experiencia, ofertas) para el logro de su satisfacción, lo que implica que se deben plantear estrategias en esa área.

Referencias bibliográficas

Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Fideas. Obtenido de [https://books.google.es/s&lr=&id=W5n0BgAAQB AJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=Arias,+F.+G.+\(2012\).+El+proyecto+de+invest](https://books.google.es/s&lr=&id=W5n0BgAAQB AJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=Arias,+F.+G.+(2012).+El+proyecto+de+invest)

- igaci%C3%B3n.+Introducci%C3%B3n+a+la+metodolog%C3%ADa+cient%twq5&sig=jub79wAvyNxbYWccL
- Bruni, P. (2017). *La satisfacción del cliente* (6 ed.). Thema med.
- Camara, R. A. (2019). *Gestión de Procesos de Negocios. La génesis de la cultura universitaria en Morelos*.
- Carrion, G. (2022). *Influencia de la gestión por procesos en la satisfacción del cliente de una empresa del sector de servicios alimentarios*. Trujillo, Perú: Tesis Ingeniería Empresarial de la Universidad Privada del Norte.
- Cordero, D., & Sañay, I. (2020). Marco de Trabajo para Gestión de Procesos de Negocio (BPM). Caso de una Empresa de Servicios. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 7(1), 43-53. doi:DOI: 10.26423/rctu.v7i1.509
- Delgado, J. G., & Calsina, W. (2020). Modelo de gestión por procesos para mejorar el desempeño en el área Agri-Food. *Industrial Data*, 22(2), 173–184. doi:https://doi.org/10.15381/idata.v22i2.15568
- Fornerón, J. T., Agostini, F., & La Red, D. L. (2020). Gestión de procesos basado en lógica difusa con estrictos niveles de consenso. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies (IJISEBC)*, 7(1), 51-77.
- Gallego, T. (2013). *Gestión Integral*. España: Universitat Jaume. Obtenido de <https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/54803/s48.pd f?sequence=1>
- Gonzales, D., & Medina, A. (2021). La identificación del conocimiento como herramienta de gestión y mejora de procesos. *Ingeniería Industrial/ISSN 1815-5936*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v42n2/1815-5936-rii-42-02-108.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw Hill.
- ISO 9001: 2008. (2018). *Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos*.
- Muñoz, K., & Andrade, J. (2017). *Diseño de un modelo de gestión que permita administrar los recursos disponibles en el invernadero inteligente del INIAP localizado en las instalaciones de la ESPE orientado a la producción de semilla de papa certificada*. Quito: Universidad Internacional del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/1932>
- Pérez, J. (2018). *Gestión por Procesos, Cómo utilizar ISO 9001:2000 para mejorar la Gestión de la Organización*. Madrid: Asociación Española para la Calidad, ESIC Editorial.
- Porras, K. (2020). *Empowerment y competencias laborales de los colaboradores de la OCBU de la UNI en El Rímac, 2020*. Universidad César Vallejo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/65388>
- Quishpe, R., & Walter, J. (2018). *Propuesta De Mejora En El Servicio Técnico De Atención Rápida (Star) Utilizando La Tecnología Business Process Management (Bpm) En La Empresa Divemotor*.
- Suárez, E. (2017). *Análisis estructural del modelo EFQM de excelencia: el papel mediador de la gestión por procesos y la planificación estratégica*. Universidad de Sevilla. Obtenido de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/64405/Tesis%20Doctoral.pd f>
- Yépez, C. (2019). *Diseño y propuesta de un Modelo de Gestión por procesos en la empresa Licorera LOVISONNE*. Quito: Escuela Politécnica Nacional. Obtenido de <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/1267>