

La satisfacción del cliente y su incidencia en los tiempos de entrega de productos: Caso Distribuciones JM

Customer satisfaction and its impact on product delivery times: JM Distributions Case

Paul Andrés Romero-Valladolid¹
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
paromerov_est@utmachala.edu.ec

Norman Vinicio Mora-Sanchez²
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
nmora@utmachala.edu.ec

Wilton Eduardo Romero-Black³
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
weromero@utmacfhala.edu.ec

Liana Carola Sánchez-Cabrera⁴
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
lcsanchez@utmacfhala.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2024.3.2376

V9-N3 (may-jun) 2024, pp 174-183 | Recibido: 16 de febrero del 2024 - Aceptado: 01 de marzo del 2024 (2 ronda rev.)

1 Estudiante egresado de la facultad ciencias empresariales, carrera de administración de empresa (2011-2017)

2 ORCID: <https://orcid.org/0002-2814-2751>

3 ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5200-1361>

4 Magister en Administración de Empresas (UTMACH), Ingeniero Comercial en Administración de Empresas (UTMACH), Licenciado en Administración de Empresas, Coordinador de carrera Administración de Empresas

Cómo citar este artículo en norma APA:

Romero-Valladolid, P., Mora-Sanchez, N., Romero-Black, W., Sánchez-Cabrera, L., (2024). Título. 593 Digital Publisher CEIT, 9(3), 174-183, <https://doi.org/10.33386/593dp.2024.3.2376>

Descargar para Mendeley y Zotero

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo “determinar el grado de satisfacción de sus clientes en la distribución y entrega de productos que comercializa la empresa distribuciones JM; la metodología utilizada para el desarrollo de la investigación es descriptiva, correlacional con un enfoque cuali-cuantitativo y no experimental, apoyado por una encuesta estructurada como herramienta para la recolección de datos, tomando como referencia el modelo servqual el mismo que está compuesta por 5 variables o dimensiones y cada variable con 5 preguntas y es aplicada a los clientes de la empresa distribuciones JM; los resultados obtenidos es de satisfactorio con el 72.382% logrando que el proceso de comercialización y distribución de los productos de primera necesidad es óptimo, adecuado y el personal que lo compone es apto y competente en el desarrollo de las actividades encomendadas; además los resultados develaron la obsolescencia de su infraestructura tecnológica lo que limita el cumplimiento de las órdenes de compra y venta, así como también con el cumplimiento de los requerimientos de los clientes y los tiempos de entrega a los clientes; también los resultados develaron que a pesar de los diversos problemas que posee, mantiene la fidelidad de sus clientes esto gracias a la calidad de sus productos y la flexibilidad de los contratos de compra y venta que mantiene con sus clientes.

Palabras claves: satisfacción del cliente, tiempos de entrega, calidad del servicio

ABSTRACT

The objective of the research is to “determine the degree of customer satisfaction in the distribution and delivery of products sold by the JM distribution company; The methodology used to develop the research is descriptive, correlational with a qualitative-quantitative and non-experimental approach, supported by a structured survey as a tool for data collection, taking as reference the servqual model, which is composed of 5 variables. or dimensions and each variable with 5 questions and is applied to the clients of the JM distributions company; The results obtained are satisfactory with 72.382%, achieving that the marketing and distribution process of essential products is optimal, adequate and the personnel that comprise it are suitable and competent in the development of the entrusted activities; Furthermore, the results revealed the obsolescence of its technological infrastructure, which limits the fulfillment of purchase and sale orders, as well as the fulfillment of customer requirements and delivery times to customers; The results also revealed that despite the various problems it has, it maintains the loyalty of its customers thanks to the quality of its products and the flexibility of the purchase and sale contracts it maintains with its customers.

Keywords: customer satisfaction, delivery times, quality of service

Introducción

Actualmente el mundo es global y la administración, gestión de organizaciones o empresas tiene un alto índice competitivo; por lo tanto, es importante mantener todos los recursos en una organización (Montoya Agudelo & Boyero Saavedra, 2016); la coordinación con el talento humano es muy necesario para esto, a su vez resultando en una buena eficiencia, productividad adecuada y puntualidad, brindando a los clientes una buena calidad por parte de una empresa (García Payares et al., 2017).

Hoy en día, el mercado de consumo global es cada vez más complejo, debido a la demanda de los clientes, considerando que el 80% tiene conocimiento en el mismo producto como ocurre con las empresas, independientemente de su tamaño y las actividades que emprendan deben estar relacionadas con la conquista de clientes leales y rentables (Baduy Molina et al., 2017)

La compra y venta de bienes de consumo masivo, forma parte de nuestra vida diaria y es una de las actividades comerciales más antiguas de nuestro país, otorgando mayor valor a determinadas empresas por el valor añadido que actualmente añaden a sus productos (Bravo-Neira & Matovelle-Romo, 2021).

Cabe señalar que la satisfacción del cliente es muy importante en el ámbito empresarial y que en la medida que los clientes que consumen o adquieren productos, servicios o bienes están satisfechos, se convierten en un actor preferente de la empresa y es probable que vuelvan a utilizar sus servicios o productos, y también ayudar a promocionar dichos servicios entre sus amigos y conocidos, lo que supondrá un incremento de las ventas de la empresa (Valenzuela Salazar et al., 2019).

El eficaz y eficiente flujo de bienes a lo largo de la cadena de valor, es uno de los elementos de éxito más relevante para las pequeñas y medianas empresas; el desafío para superar este problema es encontrar un equilibrio entre la oferta y la demanda (Alvarado Cárdenas & Bustamante Ibarra, 2019)

En Ecuador existen aproximadamente un promedio de 100000 empresas de distribución de productos masivos sean estos: alimentos, materiales de construcción, electrodomésticos, vestimenta, farmacéuticos, limpieza entre otros, lo que permite visualizar a simple vista que su comercialización permite satisfacer las necesidades del mercado a nivel global.

Es el caso de la empresa Distribuciones JM, ubicada en el Cantón Machala, dedicada a la distribución y comercialización de productos de primera necesidad (víveres) a mayoristas o minoristas en toda la provincia de El Oro, así como también fuera de ella; la problemática de la investigación es conocer la satisfacción de sus clientes; es decir, poder identificar las falencias que posee la empresa durante el proceso de comercialización: recepción de pedido, cumplimiento del pedido, proceso de pago, tiempo de entrega, atención de quejas y reclamos, y servicio postventa.

El objetivo de la presente investigación está orientado a “determinar el grado de satisfacción de sus clientes mediante la aplicación del modelo SERQVUAL en la distribución y entrega de los productos de primera necesidad que comercializa la empresa Distribuciones JM”.

Según Capgemini Research Institute, al comprar online el cliente paga el 80% del coste que la empresa invierte en el envío de ese pedido, teniendo en cuenta todo el proceso de envío; lograr la entrega o servicios en perfectas condiciones es de gran importancia y es ideal para evaluaciones logísticas (Serna M, 2021)

Desarrollo

Cadena de suministro, es considerada como una red de servicios, materiales y flujos de información que conecta las relaciones con los clientes, el cumplimiento de pedidos y los procesos de relación con los proveedores de una empresa con los de sus proveedores y clientes; es decir, incluye las actividades relacionadas desde la adquisición de materiales

hasta la transformación del producto hasta su comercialización (Manrique Nugent et al., 2019).

Planificación, es parte fundamental de cualquier organización, ya que es el primer paso a elegir al momento de realizar los procesos administrativos; a través de la planificación se determinan estrategias que contribuyan al desarrollo de la organización, logrando los objetivos y así cumplir con los objetivos, metas propuestas (Moreno Rodríguez et al., 2018).

La planificación no se realiza únicamente en la gestión administrativa, por lo que se sabe que esta es importante en la etapa de control, donde la evolución consiste en datos obtenidos a través de indicadores de planificación estratégica, de manera que las metas planteadas se alcancen aplicando herramientas para alcanzar las metas (Sánchez-Retiz & Rodríguez-Bello, 2019).

Logística y distribución, a partir de esta variable podremos identificar las teorías generales que sustenten el estudio, en las cuales se harán referencias a estudios que aporten al tema; la logística, lo interpreta como gestión de tareas, de manera que se realiza una gestión controlada del movimiento del producto y coordinando la oferta y la demanda, optimizando el tiempo de producción para que se puedan ofrecer los productos adecuados (Terán Guerrero & Lema Santamaría, 2022). Para (Valencia Calderón & Sares Lainez, 2022) expresa que la logística actualmente incluye la planificación, organización y control de las actividades relacionadas con la producción, transporte y almacenamiento de materiales y productos desde la compra hasta el consumo, donde la organización cuenta con un sistema integrado que cubre toda la información que tiene en términos de flujos de información implícitos.

Cadena de suministro, según Torres y García, 2008 citado por (Fontalvo-Herrera et al., 2019) expresan es la serie de procesos, datos y flujos de recursos que van desde las materias primas hasta el consumidor final.

Transporte y distribución, son procesos logísticos en la cadena de suministro o producción

de bienes que permiten el transporte de mismo al punto de almacenamiento o distribución y los clientes en diferentes puntos geográficos del país (Gómez M & Correa E, 2011)

Inventario, es una colección de bienes o artículos que una empresa debe comercializar, lo que le permite comprarse y venderse o producirse para su posterior venta en periodo económico determinado (Durán, 2012).

Procesamiento de pedidos, se refiere a la forma en que se procesa y organiza la compra de un bien o servicio específico (Cedeño Vera & Ruiz Yambay, 2015)

Logística de salida o también llamado de distribución incluye los procesos de preparación y consolidación de pedidos, así como el embalaje, envío y transporte de los productos hasta el respectivo destino (Ceballos & Londoño Román, 2023)

Almacenamiento, es un documento donde se registran todos los activos tangibles que existen en una empresa, que pueden utilizarse para alquiler, uso, cambio, consumo o venta; así mismo para (Durán, 2012) manifiesta que es un conjunto de bienes o artículos con los que una empresa debe comercializar, permitiendo su compra para su posterior venta en un periodo económico determinado.

Importancia del transporte, es fundamental mantener el crecimiento económico, crear empleos y garantizar que las personas tengan acceso a servicios básicos como la salud o la educación; de acuerdo a (Schouten et al., 2019) expresa que el transporte de mercancías como actividad principal, destinado a mover productos desde el punto de origen al lugar de destino.

Tiempo de entrega, es el tiempo que transcurre desde el inicio del proceso productivo hasta su completa finalización; o más simplemente, el tiempo que transcurre desde el inicio de una orden de compra hasta la entrega al cliente (Ccaico Conde et al., 2021)

Administración de inventarios, la gestión de inventarios ha sido objeto de investigación en los últimos años, ya que su correcto funcionamiento es clave para garantizar el flujo en sus operaciones, también aumenta la capacidad de satisfacer la demanda en un momento adaptado a las necesidades de los consumidores (Torres Hernández et al., 2014)

Infraestructura vial, las redes viales y la infraestructura se han convertido en un tema de estudio en los últimos años, debido a que muchas variables pueden influir en la fluidez de los procesos logísticos, especialmente en el ámbito del transporte, pues al llegar a este punto de la cadena de suministro pueden ocurrir inconsistencias debido al tráfico de vehículos, comportamiento del conductor, capacidad de la carretera así como el costo del transporte (Mejía Fuentes & Amaya Valdivieso, 2020)

Ubicación estratégica, incluye diversos elementos tales como costos de operación, de inventario y de transporte; por tanto, se debe elaborar una estrategia que permita la localización estratégica para garantizar que el producto pueda llegar a los clientes, al mejor precio y la mejor calidad, utilizando una red de distribución adecuada y contextual (Mora García, 2016).

Costos de la logística, la logística integrada se realiza en gran medida en función de la disponibilidad y ubicación comercial de las instalaciones, lo que limita las actividades logísticas y las metodologías que deben utilizarse para desarrollar los planes de distribución (Mora García, 2016)

Seguimiento y éxito de las entregas, es importante para cualquier directivo o administrador logístico poder tomar decisiones basadas en datos reales y medibles sobre el desempeño de sus transportistas; esto le permite comprender y actuar sobre posiciones reales que ayudan a incrementar y optimizar el desempeño operativo de sus tareas, reduciendo así el riesgo de problemas logísticos que afecten las operaciones diarias (Arango Serna et al., 2017)

Aglomeración de pedidos, los retrasos pueden surgir por diversas razones, incluido un aumento inesperado de la demanda, interrupciones en la cadena de suministro, retrasos en la producción o sistemas de cumplimiento de pedidos ineficientes (Tous Zamora et al., 2019).

Retrasos en entregas, es una situación en la que un producto, servicio o pedido no se entrega en el plazo acordado con el cliente o destinatario (Arenal Laza, 2019).

Inventario limitado, se produce a causa de la poca planificación de los canales de abastecimiento, cuya finalidad es garantizar la cantidad adecuada de existencias para abastecer al mercado.

Costos de la logística, son todos los costos incurridos en el transporte del producto, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega de los pedidos de los clientes y todos los pasos intermedios (Flores et al., 2022).

Calidad del servicio, se trata de un conjunto de estrategias y medidas encaminadas a mejorar el servicio al cliente y la relación entre consumidores y marcas (Fung So et al., 2014)

Servicio al cliente, se lo define en un sentido más amplio como la acción del sistema logístico para proporcionar un producto o servicio en un momento y lugar (Álvarez Puentes, 2014).

Satisfacción del cliente, se la define como “Un estado mental y representa sus respuestas intelectuales, materiales y emocionales a la satisfacción de una necesidad o deseo de información” (Hernández Salazar, 2011)

Modelos SERQVUAL, es un procedimiento de evaluación que se lleva a cabo por el método encuesta y basada en un cuestionario dirigido a medir un sistema de medidas y objetos que representan componentes de la calidad del servicio (Ganga Contreras et al., 2019)

Metodología

El nivel de investigación es descriptiva, correlacional, con un enfoque cuali-cuantitativo y el diseño de la investigación es no experimental; apoyado por una encuesta estructurada como herramienta para la recolección de datos, tomando como referencia el modelo SERVQUAL, el mismo que está compuesta por 5 variables o dimensiones y cada variable o dimensión cuenta con 5 preguntas y es aplicada a los clientes de la empresa Distributions JM de la ciudad de Machala.

Resultados

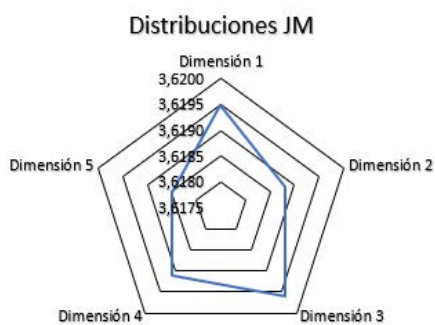
Tabla 1

Resultados de las brechas entre dimensiones

	Promedio	Brechas
Dimensión 1	3,6195	-1,3805
Dimensión 2	3,6188	-1,3812
Dimensión 3	3,6196	-1,3804
Dimensión 4	3,6191	-1,3809
Dimensión 5	3,6185	-1,3815
	3,6191	-1,3809

Figura 1.

Grafica de las dimensiones



Los resultados obtenidos del instrumento aplicado, permite denotar que los problemas que posee la empresa, se pueden mejorar;

Cómo se puede observar en la tabla 1, lo siguiente: existe correlación entre la dimensión 1 “Inventario limitado” 3.6195 con la dimensión 3 “aglomeración de pedidos” 3.6196, su interpretación demuestra que es lógico la acumulación de pedidos si no se los pueden cumplir debido al limitado inventario existente en la empresa Distributions JM, lo que denota que la cadena de abastecimiento es limitada

generado por el deficiente sistema de inventario lo que ocasiona incumplimiento en los pedidos; la dimensión 2 “Retrasos en entregas” 3.6188 y la dimensión 4 “Ubicación estratégica” 3.6191, si bien ambas dimensiones su correlación es mínima, esto se suscita debido al lugar de entrega; ya que los pedidos no entregados en el mismo día, deben ser entregados al día siguiente con la finalidad de cumplir con lo planificado de la ruta anterior, para continuar con las entregas según la nueva planificación del nuevo día, esto genera retrasos en los tiempos de entrega e incumplimiento en la entrega de los pedidos planificados; la dimensión 5 “Costos de logística” 3.6185 si bien su resultado es el menor de todos y el promedio 3.6191, ésta dimensión se correlaciona con las demás dimensiones; en todos los casos se generan costos; al haber inventario limitado, se genera costos debido a que debe transportar los productos existentes y cuando se cuente en bodega con los productos faltantes, el mismo debe volver a entregar y completar el pedido al cliente generando costos.

Si bien la figura 1 demuestra que las dimensiones 2 (3.6188) y 5 (3.6185) están por debajo del promedio (3.6191), estos se encuentran en un nivel aceptable; ya que estos problemas se solucionan mejorando su sistema de inventario y además con la introducción de nuevas tecnologías, garantizan que los problemas que tienen en la actualidad podrán ser subsanados, así como también mejorar y aumentar su productividad; además podemos mencionar que el nivel de satisfacción es aceptable logrando un 72.382 % que es satisfactorio a pesar de las diversas limitaciones que posee la empresa distribuciones JM.

Discusión

El promedio de satisfacción en la entrega de productos por parte de los clientes es del 72.382% logrando un nivel satisfactorio; los problemas que se generan en la empresa distribuciones JM es en principio al deficiente sistema de inventario, que debido a su infraestructura tecnológica obsoleta, provoca todos los inconvenientes antes descritos, así

como también el aumento de los costos que acarrea la logística.

En la investigación desarrollada por (Ochoa Reyes et al., 2022) donde analiza la satisfacción del cliente en la venta de vehículos, cuyos resultados obtenidos permitieron determinar que la infraestructura es el talón de Aquiles en las empresas y además es importante en la satisfacción de los clientes logrando un promedio del 76.12% como satisfactorio.

Las investigaciones realizadas por (Ramírez-Asís et al., 2020) (Boada-Niño et al., 2019) (Peñafort Mayorga et al., 2020) muestran que la infraestructura es el elemento más relevante en la percepción de la satisfacción del cliente porque muestran que son compañías bien cimentadas lo que causa una mejor imagen hacia los clientes.

Conclusiones

El nivel de satisfacción obtenido como resultado es de satisfactorio con un 72.382 % lo que devela que las variables influyen en el promedio total en los resultados obtenidos; como sucede con “Costos de logística” con una valoración menor de 3.6185 lo que representa el 72.37%, valores aceptables considerando que no se encuentra muy distante del promedio general, pero si influye directamente de forma global; lo notable de la investigación a pesar de los diversos problemas que posee, es que mantiene la fidelidad de su clientela, esto debido a que los productos que comercializa son de calidad, además de las facilidades y flexibilidad en los contratos de compra y venta estipulados por las partes, lo que a pesar de las múltiples falencias continúa y se mantiene en el mercado de la provincia de El Oro por más de 10 años.

Referencias

Alvarado Cárdenas, N. G., & Bustamante Ibarra, E. Y. (2019). *La malversación de los activos corrientes “Inventarios de mercancías” y la competitividad en las Pymes comerciales*. Universidad Estatal de Milagro, Carrera de Contaduría

Pública y Auditoría. Milagro: Dspace. Recuperado 25 de 01 de 2024, de <https://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/4433>

Álvarez Puentes, H. R. (2014). Elementos básicos de logística. Soporte a las cooperativas. *Cooperativismo y Desarrollo*, 2(1), 557-569.

Recuperado 25 de 01 de 2024, de <https://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?querysDismax>.

DOCUMENTAL_TODO=ELEMENTO S+BASICOS+DE+LOGISTICA.+SOPORTE+PARA+LAS+COOPERATIVAS

Arango Serna, M. D., Ruíz Moreno, S., Ortíz Vásquez, L. F., & Zapata Cortes, J. A. (01 de 2017). Indicadores de desempeño para empresas del sector logístico: Un enfoque desde el transporte de acrga terrestre. *Ingeniare: Revista Chilena de ingeniería*, 25(4), 707-720. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052017000400707>

Arenal Laza, C. (2019). *Gestión de la atención del cliente / consumidor* (1-122 ed.). Logroño: Tutor Formación. Recuperado 08 de 02 de 2024, de https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=F2-_DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=es+una+situaci%C3%B3n+en+la+que+un+producto,+servicio+o+pedido+no+se+entrega+en+el+plazo+acordado+con+el+cliente+o+destinatario&ots=41pcy2fWB_&sig=_hVpx38Izc7EYpJzOtcuvqj8Wv8&red

Baduy Molina, A. L., Granda García, M. I., Alarcón Chávez, C. R., & Cardona Mendoza, D. C. (Enero-Junio de 2017). Estrategias de fidelización aplicadas a los clientes de la empresa Punto Exe del Cantón Manta. *Eca Sinergia*, 8(1), 41-50. Recuperado 24 de 01 de 2024, de <https://www.redalyc.org/journal/5885/588562208003/588562208003.pdf>

Boada-Niño, A. V., Barbosa-López, A. M., & Cobo-Mejía, E. A. (11 de 01 de 2019). Percepción de los usuarios frente a la calidad de atención en

- salud del servicio de consulta externa según modelo servqual. *ISUB*, 6(1), 55-71. <https://doi.org/https://doi.org/10.24267/23897325.408>
- Bravo-Neira, G. M., & Matovelle-Romo, M. M. (01 de 07 de 2021). Diagnóstico de empresas de comercialización de artículos de consumo masivo. *Koinonía*, 6(12), 439-456. <https://doi.org/https://doi.org/https://orcid.org/0000-0002-6260-6644>
- Ccaico Conde, W., Mendoza Vega, V. J., & Quispe López, J. M. (2021). *Rendimiento personal y tiempo en la distribución de materiales, en una entidad de salud pública de Lima Norte, 2021*. Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales. Lima: repositorio. [repositorio. ucv.edu.pe](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/83467/Ccaico_CW-Mendoza_VVJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Recuperado 30 de 01 de 2024, de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/83467/Ccaico_CW-Mendoza_VVJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ceballos, Y. F., & Londoño Román, D. (2023). *Implementación del software Roadnet para la programación de rutas en el área de logística de salida en la empresa AKT motos*. Universidad de Antioquia, Facultad de Ingeniería Industrial. Medellín: Biblioteca digital. Recuperado 29 de 01 de 2023, de https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/36338/1/LondonoDaniela%20_%202023_Implementaci%c3%b3nRoadnetAKT.pdf
- Cedeño Vera, M. B., & Ruiz Yambay, A. A. (2015). *Mejora del tiempo del procesamiento de pedido de una empresa comercializadora de insumos acuícolas*. Escuela Superior Politécnica del Litoral, Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades. Guayaquil: Dspace. Recuperado 28 de 01 de 2024, de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/54553/1/T-100578%20Cede%C3%B1o-Ruiz.pdf>
- Durán, Y. (06 de 2012). Administración de inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas. *Visión General*, 11(1), 55-78. Recuperado 25 de 01 de 2024, de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545892008.pdf>
- Flores, M., EScudero, F., & Pinedo-Palacios, P. (21 de 04 de 2022). Aplicación de la gestión logística para reducir los costos logísticos de la empresa FIMSAG S.A.C., Chimbote, 2022. *ECT revista científica de Emprendimiento Científico Tecnológico*(3), 1-17. <https://doi.org/DOI.10.54798/RZYE6124>
- Fontalvo-Herrera, T., De la Hoz-Granadillo, E., & Mendoza-Mendoza, A. (2 de 05 de 2019). Los procesos logísticos y la administración de la cadena de suministro. *Universidad Libre*, 14(2), 102-112. <https://doi.org/doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2019v14n2.5880>
- Fung So, K. K., King, C., Sparks, B., & Wang, Y. (7 de 07 de 2014). The role of customer engagement in building consumer loyalty to tourism brands. *Empirical Research A*, 55(1), 1-15. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0047287514541008>
- Ganga Contreras, F., Alarcón Henríquez, N., & Pedraja Rejas, L. (24 de 06 de 2019). Medición de la calidad del servicio mediante el modelo SERQVUAL: el caso de juzgado de garantía de la ciudad de Puerto Montt - Chile. *Ingeniare. Revista Chilena de ingeniería*, 27(4), 668-681. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052019000400668>
- García Payares, F., Boom Carcamo, E., & Molina Romero, S. (29 de 06 de 2017). Habilidades del gerente en organizaciones del sector palmicultor en el Departamento del Cesar - Colombia. *Vision de Futuro*, 21(2). Recuperado 10 de 01 de 2024, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-

- 87082017000200001&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Gómez M, R. A., & Correa E, A. A. (2 de 12 de 2011). Análisis del transporte y distribución de materiales de construcción utilizando simulación discreta en 3D. *Ciencias de la Tierra*(30), 39-52. Recuperado 25 de 01 de 2024, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-36302011000200005&script=sci_arttext
- Hernández Salazar, P. (10 de 02 de 2011). La importancia de la satisfacción del usuario. *Ciencias de la información*, 34, 349-368. https://doi.org/https://doi.org/10.5209/rev_DCIN.2011.v34.36463
- Manrique Nugent, M. A., Teves Quispe, J., Taco Llave, A. M., & Flores Morales, J. A. (26 de 09 de 2019). Gestión de la cadena de suministro: una mirada desde la perspectiva teórica. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1135-1143. Recuperado 08 de 02 de 2024, de <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051009/29062051009.pdf>
- Mejía Fuentes, J. R., & Amaya Valdivieso, F. (2020). *Análisis de los factores que inciden en la no aceptación del sistema estratégico de transporte público (SETP) en la ciudad Sincelejo - Sucre*. Universidad del Norte, Arquitectura, Diseño y urbanismo. Barranquilla: Dspace. Recuperado 01 de 02 de 2024, de <https://manglar.uninorte.edu.co/handle/10584/9142?show=full>
- Montoya Agudelo, C. A., & Boyero Saavedra, M. R. (Diciembre de 2016). El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional. *Visión del futuro*, 20(2). Recuperado 23 de 01 de 2024, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1668-87082016000200001&script=sci_arttext
- Mora García, L. A. (2016). *Gestión Logística Integral: las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento* (Vol. I). Bogotá, Bogotá, Colombia. Recuperado 01 de 02 de 2024, de <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=jXs5DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=La+ubicaci%C3%B3n+estrat%C3%A9gica+incluye+muchos+componentes,+como+los+costos+de+operaci%C3%B3n,+de+inventario+y+de+transporte.+Debido+a+esto,+se+deben+generar+estrategias+que+p>
- Moreno Rodríguez, C. J., Cevallos Villegas, D. M., & Balseca Villavicencio, N. I. (06 de 06 de 2018). La pleneación estratégica en el sector empresarial ecuatoriano. Estudio de caso: Cerraduras Ecuatorianas S.A. *Espacios*, 39(42), 1-18. Recuperado 24 de 01 de 2024, de <https://w.revistaespacios.com/a18v39n42/a18v39n42p18.pdf>
- Ochoa Reyes, O. W., Romero Black, W. E., & Mora Sánchez, N. V. (30 de 09 de 2022). La satisfacción del cliente en la venta de vehículos: Caso Nexum Nexumcorp S.A. *593 Digital Publisher*, 7(6), 40-48. <https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.2022.6.1395>
- Peñaforat Mayorga, V. A., Ramírez Cobos, E. T., & García Méndez, S. (30 de 01 de 2020). Calidad del servicio en una clínica de Bucaramanga bajo la aplicación del modelo SERVQUAL. *FACCEA*, 10(1), 54-61. <https://doi.org/https://doi.org/10.47847/faccea.v10n1a5>
- Ramírez-Asís, E. H., Maguiña Palma, M. E., & Huerta-Soto, R. M. (23 de 09 de 2020). Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las cajas municipales del Perú. *Retos*, 10(20), 329-342. <https://doi.org/https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.08>
- Sánchez-Retiz, C. A., & Rodríguez-Bello, L. A. (13 de Diciembre de 2019). Toma de decisiones en empresas pequeñas que combinan varias actividades económicas. Construcción de un tablero de control. *Universidad y Empresa*, 21(37), 228-262. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6762>
- Schouten, P., Steputat, F., & Bachmann, J. (13 de 09 de 2019). States of

- circulation: logistics off the beaten path. *Society and Space*, 37(5), 779-793. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0263775819851940>
- Serna M, E. (2021). *Desarrollo e innovación en ingeniería* (Vol. II). (E. S. M, Ed.) Antioquia, Medellín, Colombia: Instituto Antioqueño de investigación. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.5281/zenodo.5513920>
- Terán Guerrero, F. N., & Lema Santamaría, G. L. (2022). *La optimización de tiempo de entrega y su incidencia en la satisfacción del cliente en la empresa Servicueros S.A.* Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato, Centro de Posgrados, Ambato. Recuperado 24 de 01 de 2024, de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/35392/1/Lema%20Gabriela.pdf>
- Torres Hernández, J. L., Pérez Pulgarín, S. M., & Bermúdez Hernández, J. (17 de 11 de 2014). Implementación del método Justo a Tiempo (JIT). *CIES*, 5(2), 9-28. Recuperado 01 de 02 de 2024, de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60644032/59-201-2-PB20190919-80414-2fj6x6-libre.pdf?1568902486=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DImplementacion_del_metodo_Justo_a_Tiempo.pdf&Expires=1707349937&Signature=TkY-hHjx-SJyDm-L~FFHmBhyQW8iK
- Tous Zamora, D., Gurzmán Parra, V. F., Cordero Tous, M., & Sánchez Teba, E. M. (2019). *Sistemas de producción: Análisis de las actividades primarias de la cadena de valor* (Vol. 1). Madrid, Madrid, España: ESIC. Recuperado 08 de 02 de 2024, de <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=qj64DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA93&dq=La+acumulaci%C3%B3n+de+pedidos+puede+surgir+debido+a+varias+razones,+como+un+aumento+inesperado+de+la+demanda,+interrupciones+en+la+cadena+de+suministro,+retrasos+en+la+producci>
- Valencia Calderón, J. W., & Sares Lainez, A. E. (2022). *Propuesta de mejora del proceso logístico del área de documentos de la empresa tramacoexpress*. Universidad Politécnica Salesiana, Carrera de Ingeniería Industrial. Guayaquil: Dspace. Recuperado 25 de 01 de 2024, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23934/1/UPS-GT004119.pdf>
- Valenzuela Salazar, N. L., Buentello Martínez, C. P., Gómez, L. A., & Villarreal Sánchez, V. (2019). La atención del cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *Gestión, Organizaciones y Negocios GEON*, 6(2), 18-24. <https://doi.org/https://doi.org/10.22579/23463910.159>