RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Katherin Susana Serrano Arévalo Juan José Suescun Quintero
FACULTAD	Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
PLAN DE ESTUDIOS	Tecnología en Gestión Comercial y Financiera
DIRECTOR	Gladys Castañeda Vergel
CODIRECTOR (si aplica)	N/A
TÍTULO DE LA TESIS	Análisis del servicio que presta la empresa de domicilio VIIIAL en Ocaña, Norte de Santander, para mejorar sus procesos logísticos y administrativos
TITULO EN INGLES	Analysis of the service provided by the delivery company VIIIAL in Ocaña, Norte de Santander, to improve its logistical and administrative processes

RESUMEN
(70 palabras)

Este estudio analiza los procesos logísticos y administrativos de la empresa de domicilios VIIIAL en Ocaña para optimizar su servicio. Mediante encuestas y entrevistas, se identificaron demoras operativas y deficiencias tecnológicas. Para superarlas, el trabajo propone un plan estratégico que implementa herramientas de geolocalización, zonificación inteligente, capacitación del personal y estandarización de empaques. Su objetivo principal es garantizar entregas altamente puntuales, minimizar los errores, y elevar la satisfacción del cliente.

RESUMEN EN INGLES

This study analyzes the logistical and administrative processes of the delivery company VIIIAL in Ocaña to optimize its service. Through surveys and interviews, operational delays and technological deficiencies were identified. To overcome them, the research proposes a strategic plan that implements geolocation tools, smart zoning, staff training, and packaging standardization. Its main objective is to guarantee highly punctual deliveries, completely minimize errors, and to elevate the overall customer satisfaction levels.

PALABRAS CLAVES	Procesos logísticos, Satisfacción del cliente, Servicio de domicilio, Eficiencia operativa, Mejora continua
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Logistical processes, Customer satisfaction, Delivery service, Operational efficiency, Continuous improvement

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 120	PLANOS:	ILUSTRACIONES:21	CD-ROM:

Análisis del servicio que presta la empresa de domicilio VIIIAL en Ocaña, Norte de Santander, para mejorar sus procesos logísticos y administrativos

Katherin Susana Serrano Arévalo

Juan José Suescun Quintero

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

Tecnología en Gestión Comercial y Financiera

Mgtr. Gladys Castañeda Vergel

11 de mayo de 2026

Índice

Capítulo 1. Análisis del servicio que presta la empresa de domicilio VIIIAL en Ocaña, norte de Santander, para mejorar sus procesos logísticos y administrativos 10

1.1 Planteamiento del problema 10

1.2 Formulación del problema 13

1.3 Objetivos 13

1.3.1 Objetivo general 13

1.3.2 Objetivos específicos 14

1.4 Justificación 14

1.5 Delimitaciones 18

1.5.1 Geográfica 18

1.5.2 Temporal 18

1.5.3 Conceptual 18

1.5.4 Operativa 18

Capítulo 2. Marco referencial 19

2.1 Marco histórico 19

2.1.1 Antecedentes históricos a nivel internacional 19

2.1.2 Antecedentes históricos a nivel nacional 22

2.1.3 Antecedentes locales 26

2.2 Marco conceptual 27

2.2.1 Calidad de Servicio 27

2.2.2 Servicio de domicilio 27

2.2.3 Satisfacción del Cliente 28

2.2.4 Atención al cliente 29

2.2.5 Mejora Continua 30

2.3 Marco teórico 30

2.3.1 Teoría de Administración Científica 30

2.3.2 Teoría de la Gestión de Procesos 32

2.3.3 Teoría de la Satisfacción del Cliente 33

2.3.4 Teoría de Servqual 34

2.4 Marco legal 38

2.4.1 Constitución Política de Colombia 38

2.4.2 Ley 1480 de 2011 40

2.4.3 Ley 2069 de 2020 42

Capítulo 3. Diseño metodológico 44

3.1 Tipo de investigación 44

3.2 Población y muestra 45

3.2.1 Población 45

3.2.2 Muestra 46

Capítulo 4. Resultados 47

4.1 Realización de un diagnóstico situacional que permita identificar fortalezas y debilidades en el servicio que presta la empresa de domicilios VIIIAL 47

4.1.2 Síntesis de resultado.....70

4.2 Descripciónlos de los procesos logísticos y administrativos de la empresa de domicilios VIIIAL, con el fin de identificar factores que afectan la eficiencia operativa y la calidad del servicio. 71

4.2.2 Síntesis de resultado.....91

4.3 Proposición de estrategias de mejora orientadas al fortalecimiento del servicio al cliente, a partir de los resultados del diagnóstico situacional y del análisis de los procesos logísticos y administrativos de la empresa VIIIAL. 91

4.3.2 Síntesis de resultado.....97

Capítulo 5. Conclusiones.....98

Capítulo 6. Recomendaciones 98

Referencias 101

Apéndices 107

Lista de tablas

Tabla 1 Los recursos disponibles en la empresa (tecnología, materiales, tiempo) son suficientespara realizar nuestras tareas de manera eficiente 48

Tabla 2 Considero que la calidad del servicio prestado por la empresa es consistente y confiable para los clientes.....49

Tabla 3 El servicio de entrega de la empresa es puntual y llega dentro del tiempo estipulado.....51

Tabla 4 El personal que me atendió mostró un comportamiento amable y profesional durante el servicio de entrega 53

Tabla 5 El estado de los productos entregados es siempre satisfactorio y sin daños.....55

Tabla 6 La empresa me ha ofrecido un servicio confiable y consistente a lo largo del tiempo 57

Tabla 7 Los precios de los productos o servicios ofrecidos por la empresa son razonables ycorresponden a la calidad brindada.....58

Tabla 8 La empresa utiliza tecnología moderna para facilitar el proceso de pedido y entrega, lo que mejora mi experiencia como cliente.....60

Tabla 9 La empresa me proporciona la información necesaria sobre el estado de mi pedido, manteniéndome informado en todo momento 62

Tabla 10 La calidad del servicio que recibo de la empresa supera mis expectativas y me motiva a seguir utilizando sus servicios 64

Tabla 11 Diagnóstico situacional.....65

Tabla 12 Matriz DOFA 67

Tabla 13 El proceso de asignación de tareas es claro y bien organizado dentro de la empresa 71

Tabla 14 La capacitación que recibimos para realizar nuestras funciones es adecuada y mejora mi desempeño laboral.....73

Tabla 15 La comunicación entre los trabajadores y los directivos es fluida y efectiva, lo quefacilita la ejecución de nuestras tareas.....75

Tabla 16 La empresa tiene un enfoque claro y definido sobre cómo mejorar la eficiencia de sus procesos logísticos 77

Tabla 17 Las tareas que realizamos son monitorizadas constantemente para identificar áreas de mejora en los procesos 79

Tabla 18 La empresa se esfuerza por mejorar la satisfacción del cliente a través de laimplementación de nuevas estrategias 81

Tabla 19 Los procesos internos de la empresa están bien organizados, lo que contribuye a una alta eficiencia en el servicio.....83

Tabla 20 Existen mecanismos adecuados para recibir retroalimentación de los clientes y mejorar nuestros procesos según sus necesidades 85

Tabla 21 Diagnóstico Situacional Y Análisis De Procesos.....87

Tabla 22 La empresa ha demostrado ser receptiva a mis comentarios y sugerencias,implementando mejoras en su servicio 92

Tabla 23 El servicio ofrecido se adapta a mis necesidades y preferencias de manera personalizada 94

Tabla 24 Plan estrategico de fortalecimiento 95

Lista de figuras

Figura 1 Satisfacción del Cliente 28

Figura 2 Los recursos disponibles en la empresa (tecnología, materiales, tiempo) son suficientespara realizar nuestras tareas de manera eficiente 47

Figura 3 Considero que la calidad del servicio prestado por la empresa es consistente y confiable para los clientes.....49

Figura 4 El servicio de entrega de la empresa es puntual y llega dentro del tiempo estipulado ...50

Figura 5 El personal que me atendió mostró un comportamiento amable y profesional durante el servicio de entrega 53

Figura 6 El estado de los productos entregados es siempre satisfactorio y sin daños 55

Figura 7 La empresa me ha ofrecido un servicio confiable y consistente a lo largo del tiempo...56

Figura 8 Los precios de los productos o servicios ofrecidos por la empresa son razonables ycorresponden a la calidad brindada.....58

Figura 9 La empresa utiliza tecnología moderna para facilitar el proceso de pedido y entrega, lo que mejora mi experiencia como cliente.....60

Figura 10 La empresa me proporciona la información necesaria sobre el estado de mi pedido, manteniéndome informado en todo momento 62

Figura 11 La calidad del servicio que recibo de la empresa supera mis expectativas y me motiva a seguir utilizando sus servicios.....64

Figura 12 El proceso de asignación de tareas es claro y bien organizado dentro de la empresa...71

Figura 13 La capacitación que recibimos para realizar nuestras funciones es adecuada y mejora mi desempeño laboral.....73

Figura 14 La comunicación entre los trabajadores y los directivos es fluida y efectiva, lo quefacilita la ejecución de nuestras tareas.....75

Figura 15 La empresa tiene un enfoque claro y definido sobre cómo mejorar la eficiencia de sus procesos logísticos 77

Figura 16 Las tareas que realizamos son monitorizadas constantemente para identificar áreas de mejora en los procesos 79

Figura 17 La empresa se esfuerza por mejorar la satisfacción del cliente a través de laimplementación de nuevas estrategias 81

Figura 18 Los procesos internos de la empresa están bien organizados, lo que contribuye a una alta eficiencia en el servicio.....83

Figura 19 Existen mecanismos adecuados para recibir retroalimentación de los clientes y mejorar nuestros procesos según sus necesidades 85

Figura 20 La empresa ha demostrado ser receptiva a mis comentarios y sugerencias,implementando mejoras en su servicio 92

Figura 21 El servicio ofrecido se adapta a mis necesidades y preferencias de manera personalizada 94

Lista de apéndices

Apéndice A Encuesta 107

Apéndice B Entrevista.....118

Capítulo 1. Análisis del servicio que presta la empresa de domicilio VIIIAL en Ocaña, norte de Santander, para mejorar sus procesos logísticos y administrativos

1.1 Planteamiento del problema

El planteamiento del problema se centrará en las deficiencias en la atención al cliente y la falta de un sistema adecuado de gestión administrativa en los servicios de domicilios. Se analizarán los efectos de la mala organización interna y la capacitación insuficiente en la calidad del servicio y la eficiencia operativa.

Según Rojas Quinto y Zenozain Cordero, (2022) en su artículo “Propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en Lima, Perú” establece que en la empresa de servicios de domicilios se centra en la deficiencia de atención al cliente y la falta de un adecuado sistema de gestión de calidad.

> Las micro y pequeñas empresas del sector servicio, específicamente las que operan en el rubro de restaurantes, enfrentan problemas relacionados con la organización interna, lo que afecta directamente la calidad del servicio brindado a los clientes. Muchos de los trabajadores no están suficientemente capacitados en las prácticas necesarias para ofrecer un servicio de calidad, lo cual genera una baja satisfacción entre los clientes. Además, los procesos administrativos no están bien definidos ni son adecuados, lo que impide una correcta toma de decisiones y afecta la eficiencia operativa.

Esto contribuye a la falta de fidelización de los clientes y limita el crecimiento y la rentabilidad de la empresa. La ausencia de un plan de mejora estructurado y la carencia de un sistema que asegure la calidad en la atención, son aspectos que complican aún más la situación de estas empresas, lo que podría llevarlas al fracaso si no se implementan cambios inmediatos en sus procesos y enfoques hacia el cliente.

Mejorar los procesos logísticos y administrativos en la empresa es clave para optimizar su eficiencia operativa y mejorar la satisfacción del cliente. Al implementar estos cambios, se logra un servicio más ágil, reduciendo errores y maximizando recursos, lo que fortalece la competitividad.

Además, Quiroga López, et al. (2020) en su artículo “Condiciones de trabajo de personal domiciliario vinculado a través de plataformas virtuales en la ciudad de Bogotá” expresa que se presenta en la investigación sobre los trabajadores domiciliarios vinculados a plataformas virtuales en Bogotá radica en la desprotección y precarización laboral que sufren estos empleados.

Aunque las plataformas ofrecen flexibilidad, los trabajadores carecen de acceso a los beneficios del sistema de seguridad social, como el régimen de salud y pensión, lo que incrementa su vulnerabilidad. Además, muchos de estos trabajadores son migrantes, lo que agrava aún más su situación al no contar con redes de apoyo o acceso a servicios básicos. Las condiciones de trabajo, en su mayoría informales, exigen jornadas largas,

una alta carga física y mental, y la exposición a diversos peligros, como accidentes de tráfico y riesgos laborales sin la provisión de equipos de protección adecuados.

A esto se suman los bajos salarios, dependientes de la cantidad de entregas realizadas, y la presión constante por cumplir con los tiempos de entrega establecidos. La falta de capacitación sobre los riesgos laborales y el mal estado de los elementos de trabajo, como las bicicletas y maletas, aumentan la probabilidad de accidentes. Todo esto revela la urgente necesidad de regularizar estas plataformas y mejorar las condiciones laborales y de seguridad para los trabajadores domiciliarios en Bogotá.

Es crucial entender cómo los procesos logísticos y administrativos impactan directamente en la eficiencia del servicio de domicilios. La optimización de estos procesos puede mejorar la calidad del servicio, reducir costos operativos y aumentar la satisfacción de los clientes, algo esencial para el crecimiento.

En Ocaña, los servicios de domicilios enfrentan problemas significativos relacionados con la falta de capacitación del personal y una organización interna deficiente. Esto afecta directamente la calidad del servicio, resultando en baja satisfacción de los clientes. Además, los procesos administrativos mal definidos limitan la eficiencia operativa y el crecimiento, dificultando la fidelización de los usuarios.

Este estudio se centrará en los servicios de domicilios prestados a través de plataformas digitales, enfocándose en las microempresas del sector. La investigación se realizará en áreas urbanas, en el último semestre del 2023, con el objetivo de mejorar la calidad del servicio.

Las causas del problema incluyen deficiencias en la atención al cliente y una gestión administrativa inadecuada. Los efectos son una baja satisfacción y poca fidelización. La investigación busca optimizar procesos y mejorar la eficiencia operativa, aportando soluciones para fortalecer el servicio.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera el análisis del servicio prestado por la empresa Domicilios VIIIAL en Ocaña, Norte de Santander permite identificar oportunidades de mejora en sus procesos logísticos y administrativos?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Analizar el servicio que presta la empresa de domicilios VIIAL en Ocaña, Norte de Santander, para mejorar sus procesos logísticos y administrativos.

1.3.2 Objetivos específicos

Realizar un diagnóstico situacional que permita identificar fortalezas y debilidades en el servicio que presta la empresa de domicilios VIIIAL

Describir los procesos logísticos y administrativos de la empresa de domicilios VIIIAL, con el fin de identificar factores que afectan la eficiencia operativa y la calidad del servicio.

Proponer estrategias de mejora orientadas al fortalecimiento del servicio al cliente, a partir de los resultados del diagnóstico situacional y del análisis de los procesos logísticos y administrativos de la empresa VIIIAL.

1.4 Justificación

El sector de los servicios de domicilios en Ocaña enfrenta desafíos críticos relacionados con la falta de procesos logísticos y administrativos eficaces. Esta situación limita la eficiencia operativa, impacta negativamente en la satisfacción del cliente y reduce la competitividad de las empresas en un mercado altamente demandante.

Según Morales Muñoz y Abal Medina, (2020) en su artículo “Precarización de plataformas: El caso de los repartidores a domicilio en España” expresa que sobre los servicios de domicilios revela la creciente precarización del trabajo en plataformas, destacando la falta de protección y el aumento del control a través de tecnologías algorítmicas.

> La ausencia de un vínculo laboral tradicional y la flexibilidad aparente de las plataformas aumentan la vulnerabilidad de los trabajadores, quienes se ven sometidos a condiciones laborales desventajosas. Esta precarización, exacerbada por la falta de regulación y protección, ha llevado a un incremento de la conflictividad laboral, con movilizaciones que buscan mejorar las condiciones de trabajo y garantizar derechos fundamentales. La importancia de este análisis radica en la identificación de los riesgos y las asimetrías de poder inherentes a los modelos de negocio de las plataformas, que operan como intermediarios sin asumir responsabilidad laboral.
>
> Además, muestra cómo la resistencia de los trabajadores, tanto a través de la sindicalización como de iniciativas cooperativas, puede ser una estrategia para enfrentar estos retos y exigir mejores condiciones laborales. Este estudio no solo aporta al debate sobre la regulación del trabajo en la economía de plataformas, sino también a la necesidad urgente de redefinir los términos de la relación laboral en este contexto. (pp. 8-10)

Es fundamental mejorar los procesos logísticos y administrativos de los servicios de domicilios, ya que esto optimiza la eficiencia operativa, reduce costos y mejora la satisfacción del cliente. Además, al hacerlo, se incrementa la competitividad de la empresa en un mercado cada vez más exigente.

Además, Morales Vega, (2021) en su investigación “Vacíos normativos en la afiliación a salud y riesgos laborales para teletrabajadores que prestan sus servicios de forma permanente en el exterior a empleadores con domicilio en Colombia.” establece que, sobre la afiliación a salud y riesgos laborales para teletrabajadores colombianos, especialmente aquellos que laboran desde el extranjero, revela la existencia de vacíos normativos que impactan la eficiencia del sistema de seguridad social en Colombia.

> La falta de claridad en la aplicación de las normativas de salud y riesgos laborales crea una situación de desprotección para los trabajadores que prestan servicios de manera remota desde fuera del país. Esto genera una doble carga, tanto para empleadores como para empleados, quienes enfrentan la necesidad de asumir pagos por un servicio que no será efectivo en el territorio extranjero.
>
> Este vacío normativo no solo afecta la seguridad social de los trabajadores, sino que también pone en peligro la competitividad de las empresas colombianas al limitar la posibilidad de aprovechar capital humano proveniente del exterior. Además, la falta de legislación adecuada puede generar incertidumbre jurídica, lo que desincentiva la contratación de trabajadores en modalidad de teletrabajo y reduce la integración de conocimientos internacionales que podrían beneficiar los procesos productivos en Colombia. (pp. 14-16)

El análisis del servicio de domicilios en Ocaña revela una problemática importante, donde los vacíos en los procesos logísticos y administrativos afectan la eficiencia operativa. La

falta de claridad en estos aspectos genera pérdidas y limita el crecimiento, complicando la fidelización de los clientes.

La optimización de los procesos logísticos y administrativos en el sector de los servicios de domicilios en Ocaña es clave para mejorar la eficiencia operativa. Esta mejora impacta positivamente en la satisfacción del cliente y fortalece la competitividad de las empresas en un mercado exigente.

Este desafío afecta a las empresas de domicilios en Ocaña, Norte de Santander, donde los procesos logísticos y administrativos no son lo suficientemente eficaces. Este problema impacta tanto a los trabajadores que operan en plataformas de entrega como a los clientes, afectando la calidad del servicio en el contexto actual, especialmente tras la pandemia de COVID-19.

La falta de regulación y procesos bien definidos es la principal causa del problema. Como efecto, las empresas enfrentan ineficiencias operativas, costos elevados y una creciente insatisfacción del cliente. La investigación sugiere la necesidad urgente de optimizar estos procesos, lo que permitiría mejorar la competitividad, reducir gastos y aumentar la fidelización de los clientes.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Geográfica

La investigación **se** desarrolló en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, específicamente en la empresa de domicilios VIIIAL y sus clientes dentro del área urbana del municipio.

1.5.2 Temporal

El estudio se realizó durante este semestre, en el cual **se** llevó a cabo la recolección y análisis de la información.

1.5.3 Conceptual

En el marco conceptual del trabajo se tuvo presente los conceptos de los siguientes términos claves en la investigación, esto son: calidad del servicio, servicio a domicilio, satisfacción del cliente, atención al cliente y mejora continua.

1.5.4 Operativa

El estudio se desarrolló mediante encuestas a clientes y entrevistas al personal de la empresa VIIIAL, utilizando herramientas de recolección de datos como cuestionarios estructurados. La información obtenida fue analizada para proponer estrategias de mejora.

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco histórico

2.1.1 Antecedentes históricos a nivel internacional

Según Salcedo Garcés, (2022) en su investigación "Estudio de mejora en el servicio de domicilio fiscal en una empresa de coworking en Lima Perú" Se describe que la empresa analizada atravesaba una situación problemática asociada al servicio de domicilio fiscal, evidenciada por un incremento considerable en el número de incidencias registradas en sus operaciones.

> Se señala que, pese a contar con una base aproximada de 300 clientes, al cierre de un periodo determinado se reportaron más de mil incidencias, superando ampliamente los valores esperados por la organización. Esta situación reflejaba deficiencias en los procesos internos, particularmente en la gestión de correspondencia, tiempos de notificación y control operativo. Asimismo, se evidencia que el crecimiento del modelo

> de negocio hacia servicios de coworking y oficinas virtuales generó nuevas exigencias operativas que no estaban siendo adecuadamente gestionadas.
>
> Frente a este contexto, se identifica la necesidad de comprender a profundidad las causas que originan estas fallas, utilizando herramientas de análisis de procesos y diagnóstico organizacional. De igual manera, se reconoce que las dificultades estaban directamente relacionadas con la forma en que se prestaba el servicio, lo cual afectaba la eficiencia, la calidad percibida y la capacidad de respuesta de la empresa. En consecuencia, la situación descrita pone en evidencia un problema estructural en la prestación del servicio que requería intervención. (p.11)

Es crucial comprender las causas ocultas de las deficiencias en los procesos internos, ya que impactan directamente en la eficiencia operativa y la calidad del servicio. Identificar estos puntos de mejora permite optimizar la respuesta de la empresa, fortaleciendo su competitividad.

Además, Muñoz Gualan, (2024) en su artículo “Memoria de gestión del servicio de asistencia domiciliaria de urgencia en una empresa privada: análisis de la optimización horaria y coste-efectividad en España” A partir de la información presentada, se describe que el servicio de asistencia domiciliaria de urgencias en una empresa privada enfrenta una serie de situaciones relacionadas con la organización, la demanda y el uso de recursos.

> Se evidencia que este tipo de atención tiene una alta carga asistencial, lo que exige una gestión eficiente del personal y de los medios disponibles para responder a las

> necesidades de los pacientes. Asimismo, se observa un crecimiento progresivo de la demanda, influenciado principalmente por el envejecimiento de la población y por las dificultades de ciertos usuarios para desplazarse a centros médicos. En el funcionamiento interno del servicio, se identifican problemáticas como jornadas laborales extensas de 24 horas, dificultades en la movilidad del personal hacia los domicilios y una rotación significativa de médicos debido a las condiciones laborales.
>
> Además, se evidencia la ausencia de herramientas tecnológicas que faciliten la atención remota y la falta de recursos logísticos, como vehículos institucionales. Por otro lado, los datos muestran que la mayoría de las atenciones corresponden a urgencias leves y se concentran en horarios diurnos, lo que refleja una distribución desigual de la demanda. En conjunto, estas condiciones ponen de manifiesto limitaciones organizativas y operativas que afectan el desarrollo del servicio. (pp. 4-12)

Resulta relevante porque permite comprender con claridad como se gestionan servicios domiciliarios contextos reales; además, evidencia fallas operativas, tensiones laborales y limitaciones tecnológicas, así mismo orienta decisiones prácticas que buscan optimizar recursos, mejorar la atención y responder a una demanda creciente.

También Chimborazo Sucuy y Macas Tierra, (2021) en su investigación “Plan de mejora para el proceso logístico de la empresa Servientrega Riobamba, provincia de Chimborazo Bolivia” establece que aborda las deficiencias presentes en los procesos logísticos de la empresa

Servientrega, específicamente en las áreas de recepción, cross-docking y distribución de mercancías.

> Se identifican fallas clave que afectan la eficiencia operativa, como tiempos de espera prolongados para los envíos y retiradas, malas condiciones de las instalaciones tanto en el centro de distribución como en los centros de soluciones, y una inadecuada manipulación de la mercancía. El análisis pone de manifiesto que la falta de estandarización en los procesos y la no implementación de los requerimientos mínimos de operación contribuyen a estos problemas. Además, se señala que la ausencia de una zonificación adecuada y la falta de identificación de la mercancía agravan la situación. La investigación concluye con la propuesta de un plan de mejora que incluye la optimización de los tiempos de distribución, la mejora de las instalaciones y la aplicación de tecnologías para el seguimiento de los procesos logísticos, con el objetivo de ofrecer un servicio más eficiente y de calidad a los clientes. (p. 142)

La optimización de los procesos logísticos y administrativos es crucial para mejorar la eficiencia operativa y la calidad del servicio. Identificar debilidades y proponer soluciones ayuda a que la empresa responda de manera más ágil a las necesidades del cliente, reduciendo costos y aumentando la competitividad. Además, permite mejorar el tiempo de entrega, un factor clave en la satisfacción del usuario final.

2.1.2 Antecedentes históricos a nivel nacional

Según Aristizábal Gómez, et al. (2022) en su investigación “Las aplicaciones de domicilios en Colombia de cara a los retos del derecho laboral: un análisis a partir del covid-19” Se expone que la pandemia del covid-19 evidenció la vulnerabilidad jurídica de los domiciliarios vinculados a plataformas digitales en Colombia. A pesar de su rol crucial en la economía, estos trabajadores no gozan de protección laboral, ya que las aplicaciones los clasifican como "socios colaboradores", evitando responsabilidades legales propias de los contratos laborales.

> La falta de normatividad en la economía colaborativa ha permitido que las plataformas eludan responsabilidades, creando un contexto de precariedad laboral. A lo largo de la pandemia, los domiciliarios han estado expuestos a riesgos, incluidos los de contagio por covid-19, y no reciben beneficios laborales tales como seguridad social, pensión o vacaciones. La investigación concluye que es urgente establecer una regulación que regule el vínculo entre las apps de domicilios y sus repartidores, asegurando sus derechos laborales y garantías de seguridad social. (pp. 207-229)

Es fundamental mejorar los procesos logísticos y administrativos, ya que esto no solo optimiza los tiempos de entrega y reduce costos, sino que también eleva la satisfacción del cliente. Además, fortalece la competitividad de la empresa, permitiéndole adaptarse a un entorno cada vez más demandante.

Además, Jaramillo Londoño, (2024) en su artículo “Análisis al impacto en la productividad y el flujo de caja de Búrguer Bank tras la incorporación del domiciliario en su operación en Bello Antioquia, Colombia” Realizada en Búrguer Bank se centra en cómo la

implementación de un servicio de domicilios y la gestión adecuada de la mensajería impactan la productividad del restaurante. A través de la incorporación de un domiciliario, el restaurante buscó optimizar su flujo de caja, ya que el servicio limitado a un área pequeña resultaba insuficiente para cubrir la demanda.

> Además, la falta de una logística adecuada y de protocolos específicos en la operación provocaba inconsistencias en el servicio, afectando directamente la satisfacción del cliente y la estabilidad financiera. La expansión del territorio de los domicilios, la mejora de la comunicación entre los colaboradores y la implementación de protocolos en la entrega de pedidos fueron aspectos clave para incrementar la productividad. La investigación muestra que, al seguir estas estrategias, el flujo de caja del restaurante aumentó considerablemente, superando los valores mínimos establecidos y mejorando la relación con los clientes. (pp. 35-37)

Es fundamental comprender cómo una correcta implementación logística y de gestión en los servicios de domicilio puede incrementar significativamente la productividad. De hecho, optimizar la cobertura, mejorar la comunicación y establecer protocolos adecuados puede transformar no solo el flujo de caja, sino también la satisfacción del cliente, asegurando un crecimiento sostenible.

Según Ordosgoitia Castro, et al. (2020) en su investigación “Análisis de percepción para el montaje de una empresa de servicios domiciliarios en el sector restaurantes de la ciudad de Sincelejo” describe que, en el contexto actual, el servicio de domicilios ha adquirido gran

relevancia debido al uso de herramientas tecnológicas que facilitan la conexión entre empresas y consumidores, permitiendo el acceso rápido a productos y servicios sin necesidad de desplazamiento. En la ciudad de Sincelejo, esta actividad se desarrolla principalmente en el sector de restaurantes, donde los domicilios son utilizados como un medio para entregar pedidos a los clientes.

> Sin embargo, se evidencia que este servicio se presta en gran medida de forma informal, dependiendo de la disponibilidad de los domiciliarios y limitándose únicamente al transporte de productos. Además, se observa que la mayoría de los establecimientos no utiliza plataformas tecnológicas avanzadas, recurriendo principalmente a llamadas telefónicas y redes sociales para gestionar pedidos, lo que puede generar fallas en la coordinación y entrega. Asimismo, las actividades relacionadas con diligencias, compra de insumos y otras tareas operativas recaen en los propietarios o empleados, afectando el desarrollo eficiente del negocio. En este sentido, se plantea la necesidad de comprender la percepción de los restaurantes frente a estos servicios, considerando la posibilidad de implementar alternativas más organizadas e integrales que respondan a las dinámicas actuales del mercado. (pp. 10-12)

Es esencial abordar las debilidades del servicio de domicilios, especialmente en el sector informal, donde la falta de tecnología y la dependencia de métodos tradicionales afectan la eficiencia operativa. Mejorar la coordinación y optimizar los procesos operativos es crucial para una mayor competitividad.

2.1.3 Antecedentes locales

El servicio de domicilios en Ocaña enfrenta dificultades en cuanto a la satisfacción de los clientes, lo que afecta la percepción social de la empresa. La falta de eficiencia en los procesos y la inconsistencia en la atención generan desconfianza, lo que deteriora las relaciones con la comunidad y dificulta la fidelización.

La empresa no ha implementado tecnologías avanzadas en sus operaciones, lo que limita la automatización de los procesos logísticos y administrativos. Esto impide la optimización de tiempos y recursos, reduciendo la capacidad para adaptarse a las demandas del mercado actual y frenando su competitividad.

La ineficiencia en los procesos logísticos y administrativos está generando altos costos operativos. Esta falta de optimización económica reduce la rentabilidad, lo que dificulta el crecimiento de la empresa. Mejorar la eficiencia de estos procesos es esencial para una mejor gestión de los recursos y la estabilidad financiera.

Es fundamental optimizar los procesos logísticos y administrativos, ya que ello impacta directamente en la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente y la competitividad de la empresa. Además, mejorar estos aspectos reduce costos y fortalece la estabilidad financiera, favoreciendo el crecimiento a largo plazo.

2.2 Marco conceptual

2.2.1 Calidad de Servicio

"La calidad de servicio consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades. Es importante destacar que cuando en una organización se plantea la visión tomando en cuenta la calidad del servicio que ofrece, debe, antes que nada, entender que un servicio se considera de calidad cuando logra su fin: satisfacer las necesidades de los clientes, en el presente y en el futuro." (Miranda Cruz, et al. 2021, p. 5)

La calidad de servicio permite evaluar la eficiencia, oportunidad y atención brindada a los usuarios, facilitando la identificación de fallas en los procesos operativos y administrativos. Asimismo, contribuye al fortalecimiento de la satisfacción, confianza y fidelización de los clientes mediante mejoras continuas en el servicio prestado.

2.2.2 Servicio de domicilio

"La economía entorno al impacto del servicio a domicilio es el objeto de estudio del presente documento, esto se debe a su relevancia en la sociedad que se vive por la omnipresencia de los dispositivos móviles. También existen delivery que pasan sus números de celular a quienes los conocen, de esa manera, logran posicionarse por la responsabilidad al entregar los productos pedidos. En cuanto al funcionamiento de la plataforma, cuando una persona desea

trabajar con alguna marca de delivery, debe descargar la aplicación en su dispositivo móvil, lógicamente con acceso a Internet.” (Loor Vargas y Bienvenido Loor, 2024, p. 480)

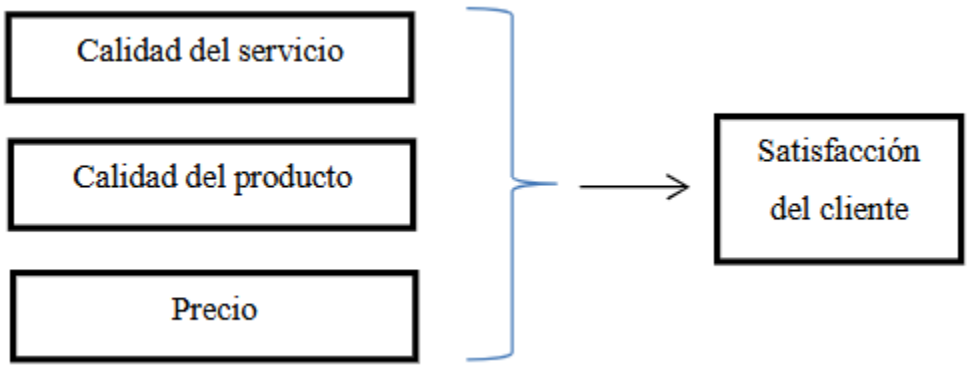
El servicio de domicilio permite analizar la eficiencia en la entrega, la capacidad de respuesta y el uso de herramientas tecnológicas en la atención al cliente. Asimismo, facilita identificar aspectos relacionados con la responsabilidad, puntualidad y organización operativa que influyen en la satisfacción y permanencia de los usuarios.

2.2.3 Satisfacción del Cliente

“La satisfacción es vista por lo general como un concepto más amplio, mientras que la calidad del servicio se enfoca de manera específica en dimensiones del servicio, por lo que la calidad del servicio es un componente de la satisfacción.” (Zeithaml & Gremler, 2009, p. 50)

Figura 1

Satisfacción del Cliente



Fuente: Elaboración propia de (Zárraga Cano, et al. 2017) a partir de Zeithaml, Bitner y Gremler (2009)

La satisfacción del cliente permite evaluar el nivel de conformidad de los usuarios frente al servicio recibido, considerando aspectos como atención, cumplimiento y eficiencia. Además, facilita reconocer factores que influyen en la percepción positiva del servicio y en la fidelización de los clientes dentro de la organización.

2.2.4 Atención al cliente

"La calidad en el servicio se ha adquirido de mucha importancia en los últimos años en todos los negocios, debido a que los clientes actualmente tienen expectativas muy elevadas y las competencias son mayores, ya que cada empresa trata de igualarse o exceder dichas expectativas. Se deben ofrecer buenos servicios de calidad y anticiparse para responder a una amplia de necesidades de los clientes. La calidad en el servicio no solamente se trata de cómo saber manejar un producto, si no como servir a los clientes antes y después de su manejo." (Valenzuela Salazar, et al. 2019, p. 1)

La atención al cliente permite conocer la capacidad de respuesta, comunicación y trato brindado a los usuarios durante el servicio. Asimismo, facilita reconocer debilidades en la interacción con los clientes, contribuyendo al fortalecimiento de la confianza, satisfacción y calidad en los procesos de atención ofrecidos.

2.2.5 Mejora Continua

"Es el que más claramente define estas etapas asociándoles comportamientos concretos. Por otro lado, identifica la existencia de facilitadores que ayudan a pasar de unas etapas a otras, aunque no dice cuáles son ni cómo han de activarse para pasar de un nivel al siguiente. En este sentido es el modelo que mejor encaja con el objetivo de este trabajo, que pretende contribuir al desarrollo de una metodología sencilla que oriente a las empresas sobre las acciones a tomar, políticas, estructuras y procedimientos que debe desarrollar y recursos a emplear para implementar los programas y pasar de unos niveles a otros más avanzados." (Marin Garcia, et al. 2014, p. 589)

La mejora continua orienta la implementación de cambios progresivos dentro de la organización, permitiendo perfeccionar métodos de trabajo y corregir deficiencias existentes. De igual manera, impulsa una mayor eficiencia en las actividades diarias, promoviendo mejores resultados en el desempeño operativo y administrativo del servicio ofrecido.

2.3 Marco teórico

2.3.1 Teoría de Administración Científica

"Desarrolla, para cada elemento del trabajo del obrero, una ciencia que reemplaza los antiguos métodos empíricos. Esta propuesta se enfoca en sistematizar el trabajo para mejorar la productividad a través de la aplicación de principios científicos en la administración y la cooperación entre obreros y empleadores." (Winslow Taylor, 1911, p. 41)

> Según Winslow Taylor, (1911) en su Teoría “Administración Científica” se enfoca en optimizar la productividad laboral a través de la aplicación de principios científicos en la gestión del trabajo, implica un análisis detallado de cada tarea, con el objetivo de identificar la manera más eficiente de realizarla. Para ello, Taylor sugiere que las tareas deben descomponerse en elementos específicos, eliminando métodos empíricos y sustituyéndolos por métodos científicos basados en la observación, medición y experimentación. Este enfoque no solo implica una revisión de los métodos de trabajo, sino también una reorganización del proceso productivo, donde la cooperación entre obreros y empleadores se convierte en un principio fundamental.
>
> A través de la selección científica de trabajadores, formación continua y una distribución equitativa de responsabilidades, la teoría de la administración científica busca lograr una mayor eficiencia tanto en los procesos productivos como en las relaciones laborales. El sistema propuesto permite, además, estandarizar las operaciones de las fábricas y otras organizaciones, mejorando el control y reduciendo los costos operativos. Este modelo sigue vigente en la actualidad, aunque ha sido revisado y adaptado a los cambios tecnológicos y organizacionales modernos. (p. 42)

La teoría de la administración científica contribuye al análisis de los procesos productivos, permitiendo una mejora tangible en la eficiencia operativa. Al aplicar principios científicos, es posible optimizar tiempos y recursos, además de fortalecer las relaciones entre los involucrados, lo que facilita la implementación de métodos más eficaces en el entorno laboral.

2.3.2 Teoría de la Gestión de Procesos

"La Reingeniería de procesos o Gestión de Procesos, propuesta por Michael Hammer y James Champy, se centra en el rediseño radical de los procesos dentro de una empresa para alcanzar mejoras significativas en términos de eficiencia y efectividad, la reingeniería no se trata simplemente de hacer las cosas de manera diferente, sino de hacerlas de una manera completamente nueva" (Hammer y Champy, 1990)

También Hammer y Champy, (1990) en su teoría "Gestión de Procesos" se centra en el análisis y rediseño de los procesos internos de las organizaciones con el fin de mejorar su eficiencia y competitividad. Esta teoría sugiere que, en lugar de realizar pequeños ajustes a los procesos existentes, las organizaciones deben reconsiderar y rediseñar sus operaciones desde cero, abordando no solo la mejora incremental sino también una transformación radical. El enfoque de la gestión de procesos implica entender cada etapa de los procesos, identificar los cuellos de botella y adoptar métodos innovadores para optimizar cada fase.

Este enfoque de "reingeniería" busca reducir costos, mejorar la calidad y aumentar la satisfacción del cliente mediante la reestructuración de las actividades organizacionales clave. Se subraya la importancia de la eliminación de procesos obsoletos y la adopción de prácticas que agreguen un valor significativo a la empresa y sus clientes. Asimismo, la teoría destaca que el éxito de la gestión de procesos depende

> de la participación activa de todas las personas dentro de la organización, desde los directivos hasta los empleados operativos. (pp. 1-6)

La teoría de la gestión de procesos subraya la importancia de rediseñar los procesos desde su base, lo que permite identificar ineficiencias y mejorarlas significativamente. Además, enfatiza la necesidad de involucrar a toda la organización, buscando siempre la optimización y la satisfacción del cliente.

2.3.3 Teoría de la Satisfacción del Cliente

"La satisfacción está estrechamente ligada a la forma en que el consumidor se siente en un determinado momento. Medir la satisfacción es útil, pero no debe convertirse en el instrumento central. Muchas veces, las personas que dicen estar satisfechas con el producto no compran otra vez, porque pueden encontrar otra marca más valiosa". (Kotler y Armstrong, 2000)

> Además, Kotler y Armstrong, (2000) en su teoría de la "satisfacción del cliente" se refiere a cómo las empresas pueden optimizar sus procesos para cumplir con las expectativas de los consumidores, creando valor a través de la calidad del servicio. Este concepto no solo implica la satisfacción momentánea, sino que busca una relación continua y duradera con el cliente, permitiendo la fidelización. Según la teoría, la satisfacción se logra cuando la empresa no solo cumple con las necesidades del cliente, sino que va más allá, superando sus expectativas.

> Este enfoque debe estar integrado en toda la empresa, donde cada miembro debe trabajar para generar valor mediante la creación de intercambios positivos. De este modo, la fidelización del cliente es una prioridad, ya que retener a un cliente es más rentable que atraer uno nuevo. La clave está en medir la satisfacción, pero también en mantener una evaluación constante de los procesos para identificar áreas de mejora continua. Las empresas que logran este equilibrio consiguen un diferencial competitivo, lo que a su vez mejora la rentabilidad a largo plazo.

La teoría permite comprender cómo la satisfacción del cliente impacta directamente en la fidelización y en la mejora continua de los servicios. Es fundamental porque subraya que conocer y superar las expectativas del cliente es crucial para lograr relaciones comerciales duraderas y rentables.

2.3.4 Teoría de Servqual

"En el entorno que vivimos, la calidad se convirtió en un aspecto indispensable en las empresas, especialmente en las empresas de servicio. Para poder ocupar un lugar en el mercado y tener una ventaja competitiva, es necesario que las empresas ofrezcan productos y servicios de calidad. Hoy en día los consumidores son más exigentes en este aspecto, y para poder cubrir sus expectativas es muy importante saber qué es lo que desean y cuál es el nivel de calidad que se les ofrece. Es por eso que en este trabajo se plantea un modelo de medición de la calidad del servicio utilizando la herramienta de evaluación denominada Servqual1, en la empresa de publicidad "Ayuda Experto" del departamento de Cochabamba. El objetivo del presente trabajo es

determinar el nivel de la calidad del servicio que presta actualmente la empresa de publicidad "Ayuda Experto" en la ciudad de Cochabamba. Se analizan también las brechas entre lo que esperan los clientes, y entre lo que realmente se les proporciona, y así poder observar las falencias que tiene la empresa y mejorarlas." (Matsumoto Nishizawa, 2014, p. 182)

> Según Matsumoto Nishizawa, (2014) en su teoría "El modelo Servqual" fue introducido en 1988 y ha sido objeto de varias mejoras y actualizaciones desde entonces. Se trata de una herramienta de investigación comercial que permite medir la calidad del servicio, identificar las expectativas de los clientes y evaluar cómo perciben ellos el servicio recibido. Este modelo facilita el análisis de aspectos tanto cuantitativos como cualitativos relacionados con los clientes, ayudando a identificar factores que son difíciles de controlar o predecir. Servqual ofrece información detallada sobre la percepción de los clientes sobre los servicios brindados por las empresas, así como sobre sus comentarios y sugerencias de mejora en ciertos aspectos, y las impresiones de los empleados acerca de las expectativas y percepciones de los clientes. Además, actúa como una herramienta para mejorar el servicio y comparar la empresa con otras organizaciones.

El modelo Servqual se basa en cinco dimensiones clave para medir la calidad del servicio

2.3.4.1 Fiabilidad: Refleja la capacidad de la empresa para proporcionar el servicio prometido de manera confiable y precisa. Esto incluye cumplir con las promesas sobre entregas, resolución de problemas, precios y suministro del servicio.

2.3.4.2 Sensibilidad: Se refiere a la disposición de la empresa para ayudar a los usuarios de manera rápida y efectiva, abordando sus solicitudes, preguntas y quejas con prontitud.

2.3.4.3 Seguridad: Está relacionada con el conocimiento y la competencia de los empleados, así como con su habilidad para generar confianza y credibilidad.

2.3.4.4 Empatía: Hace referencia a la atención personalizada que la empresa ofrece a sus clientes, asegurándose de adaptar el servicio a sus necesidades y gustos específicos.

2.3.4.5 Elementos tangibles: Incluye la apariencia física de la empresa, sus instalaciones, equipos, materiales y personal.

Las brechas identificadas por Parasuraman, Zeithaml y Berry describen las diferencias entre los aspectos clave de un servicio, tales como las necesidades de los clientes, la experiencia de servicio y las percepciones de los empleados sobre los requisitos de los clientes. Estas brechas destacan las distancias que causan problemas en la entrega del servicio y afectan la evaluación final que hacen los clientes sobre la calidad del mismo. A continuación, se describen las 5 brechas propuestas:

Brecha 1: Es la diferencia entre las expectativas de los clientes y la percepción que tienen los directivos de la empresa sobre esas expectativas. Si los directivos no comprenden las necesidades de los clientes, será difícil que puedan tomar acciones para satisfacer esas necesidades.

Brecha 2: Se refiere a la discrepancia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones de las normas de calidad del servicio. Para evitar esta brecha, es crucial traducir las expectativas de los clientes en normas de calidad claras.

Brecha 3: Es la discrepancia entre las normas de calidad del servicio y su cumplimiento en la prestación del servicio. La calidad no se alcanzará si las normas y procedimientos no se siguen.

Brecha 4: Representa la diferencia entre la prestación real del servicio y la comunicación externa de la empresa. La forma en que una organización comunica sus promesas y publicidad influye directamente en las expectativas de los clientes.

Brecha 5: Es la brecha general, la diferencia entre las expectativas de los clientes y sus percepciones reales.

Estas 5 brechas permiten identificar áreas en las que la empresa podría estar fallando, ya sea en seguridad, capacidad de respuesta, fiabilidad o elementos tangibles, lo que permite a la empresa tomar acciones correctivas para cerrar estas brechas y mejorar la calidad del servicio que ofrece.

La teoría aporta una visión integral sobre cómo los factores clave de calidad del servicio, como la fiabilidad y la empatía, pueden mejorar la satisfacción del cliente. Además, identifica las brechas entre expectativas y percepciones, lo cual ayuda a optimizar procesos y resultados.

2.4 Marco legal

2.4.1 Constitución Política de Colombia

La Constitución Política de Colombia establece que "La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos." (Asamblea Nacional Constituyente, 1991. Artículo 78)

Se fundamenta la necesidad de fortalecer la calidad en la prestación de servicios, garantizando procesos eficientes, seguridad y satisfacción para los usuarios. Además, respalda la implementación de mejoras administrativas y logísticas que contribuyan al adecuado funcionamiento empresarial y al cumplimiento de estándares orientados al consumidor.

La constitución Política de Colombia expresa que “La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.” (Asamblea Nacional Constituyente, 1991. Artículo 333)

Se respalda la importancia de fortalecer la competitividad y el adecuado desarrollo empresarial mediante procesos administrativos y logísticos eficientes. Asimismo, promueve la mejora continua en la prestación del servicio, favoreciendo el cumplimiento de responsabilidades organizacionales y la satisfacción de las necesidades de los usuarios.

La Constitución Política de Colombia dice que “Los servicios públicos son inherentes a la finalidad social del Estado. Es deber del Estado asegurar su prestación eficiente a todos los habitantes del territorio nacional. Los servicios públicos estarán sometidos al régimen jurídico que fije la ley, podrán ser prestados por el Estado, directa o indirectamente, por comunidades organizadas, o por particulares. En todo caso, el Estado mantendrá la regulación, el control y la vigilancia de dichos servicios. Si por razones de soberanía o de interés social, el Estado, mediante ley aprobada por la mayoría de los miembros de una y otra cámara, por iniciativa del Gobierno decide reservarse determinadas actividades estratégicas o servicios públicos, deberá indemnizar previa y plenamente a las personas que, en virtud de dicha ley, queden privadas del ejercicio de una actividad lícita.” (Asamblea Nacional Constituyente, 1991. Artículo 365)

Se destaca la necesidad de garantizar servicios eficientes mediante una adecuada organización administrativa y logística, favoreciendo el control, la calidad y el cumplimiento de las responsabilidades empresariales. Además, impulsa acciones orientadas al mejoramiento continuo del servicio, contribuyendo a una atención más efectiva para los usuarios.

2.4.2 Ley 1480 de 2011

Esta Ley establece que “Se tendrán como derechos y deberes generales de los consumidores y usuarios, sin perjuicio de los que les reconozcan leyes especiales, los siguientes:

1. Derechos:

1.1. Derecho a recibir productos de calidad: Recibir el producto de conformidad con las condiciones que establece la garantía legal, las que se ofrezcan y las habituales del mercado.

1.2. Derecho a la seguridad e indemnidad: Derecho a que los productos no causen daño en condiciones normales de uso y a la protección contra las consecuencias nocivas para la salud, la vida o la integridad de los consumidores.

1.3. Derecho a recibir información: Obtener información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea respecto de los productos que se ofrezcan o se pongan en circulación, así como sobre los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización, los mecanismos de protección de sus derechos y las formas de ejercerlos.

1.4. Derecho a recibir protección contra la publicidad engañosa.

1.5. Derecho a la reclamación: Reclamar directamente ante el productor, proveedor o prestador y obtener reparación integral, oportuna y adecuada de todos los daños sufridos, así

como tener acceso a las autoridades judiciales o administrativas para el mismo propósito, en los términos de la presente ley. Las reclamaciones podrán efectuarse personalmente o mediante representante o apoderado.

1.6. Protección contractual: Ser protegido de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión, en los términos de la presente ley.

1.7. Derecho de elección: Elegir libremente los bienes y servicios que requieran los consumidores.

1.8. Derecho a la participación: Organizarse y asociarse para proteger sus derechos e intereses, elegir a sus representantes, participar y ser oídos por quienes cumplan funciones públicas en el estudio de las decisiones legales y administrativas que les conciernen, así como a obtener respuesta a sus peticiones.

1.9. Derecho de representación: Los consumidores tienen derecho a hacerse representar, para la solución de las reclamaciones sobre consumo de bienes y servicios, y las contravenciones a la presente ley, por sus organizaciones, o los voceros autorizados por ellas.

1.10. Derecho a informar: Los consumidores, sus organizaciones y las autoridades públicas tendrán acceso a los medios masivos de comunicación, para informar, divulgar y educar sobre el ejercicio de los derechos de los consumidores.

1.11. Derecho a la educación: Los ciudadanos tienen derecho a recibir educación sobre los derechos de los consumidores, formas de hacer efectivos sus derechos y demás materias relacionadas.

1.12. Derecho a la igualdad: Ser tratados equitativamente y de manera no discriminatoria.

2. Deberes.

2.1 2.2. Informarse respecto de la calidad de los productos, así como de las instrucciones que suministre el productor o proveedor en relación con su adecuado uso o consumo, conservación e instalación.

2.2. Obrar de buena fe frente a los productores y proveedores y frente a las autoridades públicas.

2.3. Cumplir con las normas sobre reciclaje y disposición de desechos de bienes consumidos.” (Congreso de la República de Colombia, 2011, Artículo 3)

Se resalta la importancia de garantizar servicios de calidad, información clara y atención adecuada a los usuarios, fortaleciendo la confianza y satisfacción del consumidor. Además, impulsa la implementación de procesos administrativos y logísticos eficientes que favorezcan el cumplimiento de derechos y responsabilidades empresariales.

2.4.3 Ley 2069 de 2020

La presente Ley “tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. Dicho marco delineará un enfoque regionalizado de acuerdo con las realidades socioeconómicos de cada región.” (Congreso de la República de Colombia, 2020. Artículo 1)

Se resalta la importancia de fortalecer el crecimiento y sostenibilidad empresarial mediante estrategias administrativas y logísticas eficientes. Asimismo, impulsa acciones orientadas a mejorar la competitividad y adaptación organizacional, favoreciendo el desarrollo económico regional y una prestación del servicio más eficiente y organizada.

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto y un alcance descriptivo, orientado al análisis del servicio que presta la empresa de domicilios VIIIAL en Ocaña, Norte de Santander, mediante la aplicación de encuestas a los clientes y entrevistas al personal administrativo, con el propósito de identificar las condiciones de los procesos logísticos y administrativos, permitiendo reconocer fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora en la prestación del servicio.

"La investigación mixta implica un conjunto de procesos de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema." (Hernández Sampieri, et al. 2014, p. 532)

> De acuerdo con Roberto Hernández Sampieri, et al. (2014), el enfoque mixto se define como una metodología que combina de forma organizada herramientas cuantitativas y cualitativas en una misma investigación, con la finalidad de lograr un análisis más integral del fenómeno estudiado. Este enfoque permite aprovechar las ventajas de ambos métodos, integrando información estadística y descriptiva para obtener resultados más completos y precisos. Asimismo, facilita el estudio de problemáticas complejas desde

diferentes perspectivas, favoreciendo una interpretación más amplia y detallada de la realidad investigada. (p. 535)

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población objeto de la investigación estuvo conformada por los clientes, personal administrativo y operativo de la empresa de domicilios VIIIAL en Ocaña, Norte de Santander. Para el desarrollo del estudio, los investigadores establecieron una muestra por conveniencia no probabilística, seleccionando a los participantes de acuerdo con la accesibilidad y disponibilidad de información relevante para el análisis de los procesos logísticos y administrativos de la empresa.

"Por conveniencia: Permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador. Por ejemplo, entre todos los sujetos con CA, solamente aquellos que se encuentren hospitalizados en el Hospital Regional de Temuco." (Otzen & Manterola, 2017, p. 230)

El muestreo por conveniencia permite obtener información de manera ágil mediante la selección de participantes de fácil acceso para el investigador. Sin embargo, este método puede

reducir el nivel de representatividad de la población, por lo que es necesario reconocer sus limitaciones y su posible incidencia en la validez de los resultados de la investigación.

3.2.2 Muestra

Considerando que la población objeto de estudio fue seleccionada por conveniencia, la muestra estuvo conformada por 10 colaboradores, 50 clientes y una entrevista dirigida al gerente de la empresa de domicilios VIIIAL en Ocaña, Norte de Santander.

Capítulo 4. Resultados

4.1 Realización de un diagnóstico situacional que permita identificar fortalezas y debilidades en el servicio que presta la empresa de domicilios VIIIAL

Este objetivo evalúa el estado interno de la empresa VIIIAL mediante un diagnóstico situacional. Permite determinar los factores clave de éxito e identificar fallas críticas para establecer un punto de partida real sobre el desempeño actual del servicio de domicilios.

Figura 2

Los recursos disponibles en la empresa (tecnología, materiales, tiempo) son suficientespara realizar nuestras tareas de manera eficiente

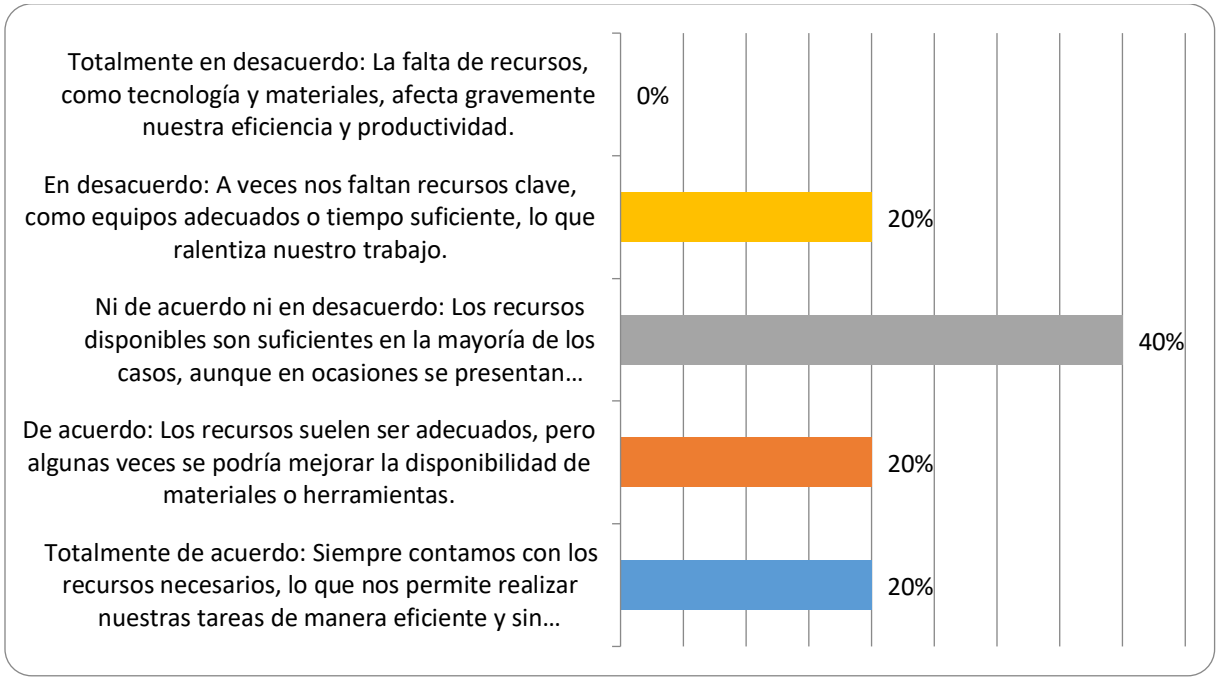


Tabla 1

Los recursos disponibles en la empresa (tecnología, materiales, tiempo) son suficientespara realizar nuestras tareas de manera eficiente

Colaboradores	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Colaboradores	Totalmente de acuerdo: Siempre contamos con los recursos necesarios, lo que nos permite realizar nuestras tareas de manera eficiente y sin inconvenientes.	2	20.0%
	De acuerdo: Los recursos suelen ser adecuados, pero algunas veces se podría mejorar la disponibilidad de materiales o herramientas.	2	20.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: Los recursos disponibles son suficientes en la mayoría de los casos, aunque en ocasiones se presentan limitaciones.	4	40.0%
	En desacuerdo: A veces nos faltan recursos clave, como equipos adecuados o tiempo suficiente, lo que ralentiza nuestro trabajo.	2	20.0%
	Totalmente en desacuerdo: La falta de recursos, como tecnología y materiales, afecta gravemente nuestra eficiencia y productividad.	0	0.0%
	Total	**10**	**100.0%**

La disponibilidad de herramientas de trabajo condiciona directamente el rendimiento operativo del personal. Al respecto, el análisis revela un nivel considerable de incertidumbre, ya que el 40,0% de los encuestados (4 colaboradores) se mantiene en una posición neutral ante la suficiencia de los recursos. Asimismo, un 20,0% (2 empleados) expresa estar en desacuerdo, señalando que las limitaciones de tiempo o equipos ralentizan sus labores cotidianas, mientras que solo un 20,0% se declara de acuerdo y otro 20,0% totalmente de acuerdo. Por lo tanto, se requiere una revisión urgente de los insumos logísticos para garantizar un flujo de trabajo adecuado.

Figura 3

Considero que la calidad del servicio prestado por la empresa es consistente y confiable para los clientes

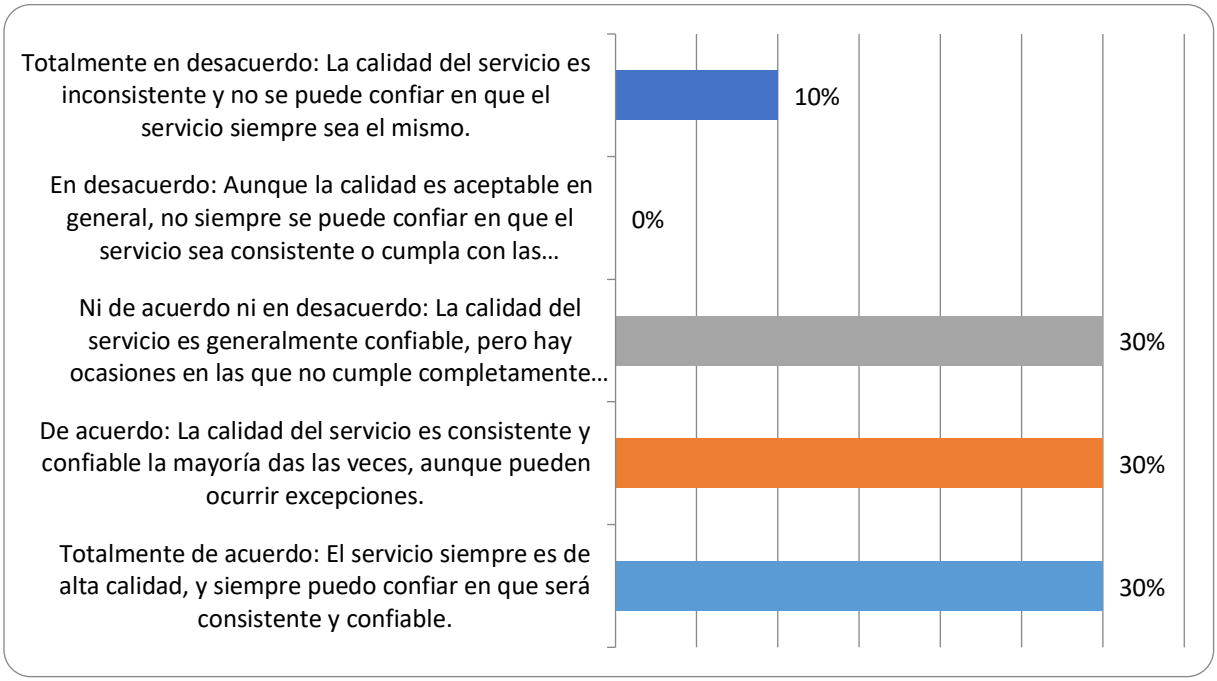


Tabla 2

Considero que la calidad del servicio prestado por la empresa es consistente y confiable para los clientes

Colaboradores	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Colaboradores	Totalmente de acuerdo: El servicio siempre es de alta calidad, y siempre puedo confiar en que será consistente y confiable.	3	30.0%
	De acuerdo: La calidad del servicio es consistente y confiable la mayoría das las veces, aunque pueden ocurrir excepciones.	3	30.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: La calidad del servicio es generalmente confiable, pero	3	30.0%

hay ocasiones en las que no cumple completamente con lo prometido.		
En desacuerdo: Aunque la calidad es aceptable en general, no siempre se puede confiar en que el servicio sea consistente o cumpla con las expectativas.	0	0.0%
Totalmente en desacuerdo: La calidad del servicio es inconsistente y no se puede confiar en que el servicio siempre sea el mismo.	1	10.0%
Total	**10**	**100.0%**

La percepción interna sobre la fiabilidad externa de la marca orienta el compromiso del empleado. Al respecto, el 30,0% de los colaboradores (3 personas) está totalmente de acuerdo, un 30,0% de acuerdo y un 30,0% neutral al considerar que el servicio mantiene estándares estables de calidad. No obstante, un 10,0% (1 trabajador) manifiesta un desacuerdo absoluto, señalando que la empresa incurre en inconsistencias operativas recurrentes. En consecuencia, se hace imperativo alinear los estándares de entrega con las promesas institucionales para asegurar una mayor confianza tanto a nivel interno como externo en el mercado de Ocaña.

Figura 4

El servicio de entrega de la empresa es puntual y llega dentro del tiempo estipulado

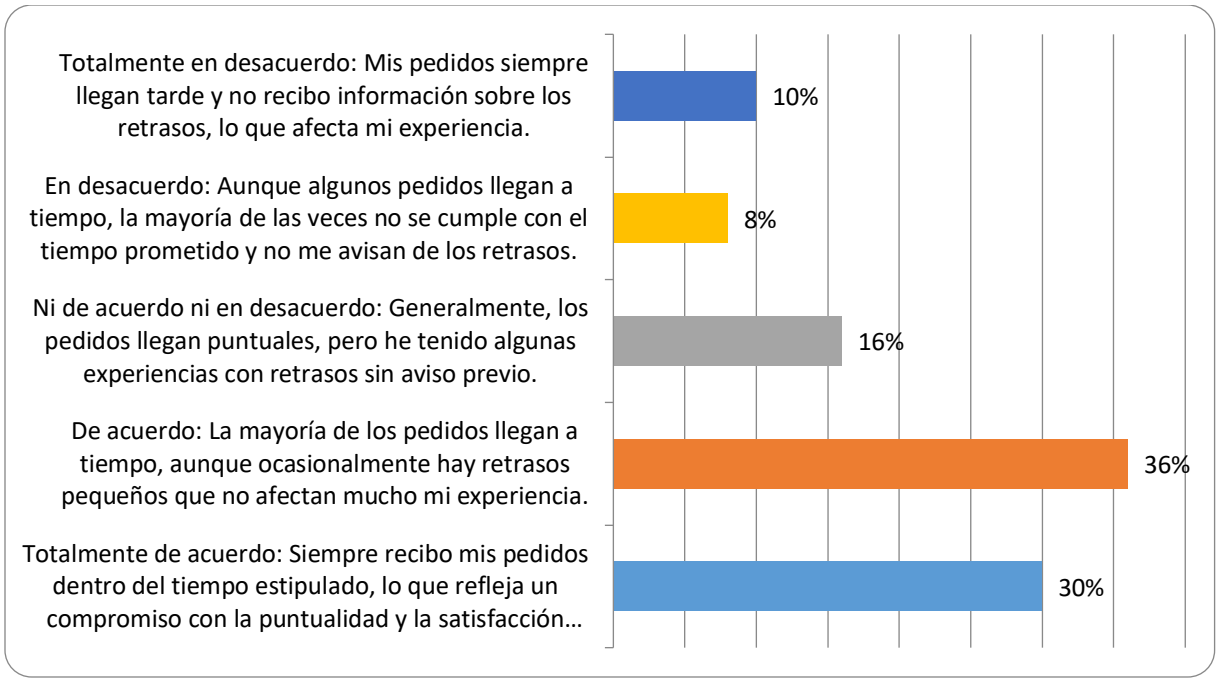


Tabla 3

El servicio de entrega de la empresa es puntual y llega dentro del tiempo estipulado

Clientes	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Clientes	Totalmente de acuerdo: Siempre recibo mis pedidos dentro del tiempo estipulado, lo que refleja un compromiso con la puntualidad y la satisfacción del cliente.	15	30.0%
	De acuerdo: La mayoría de los pedidos llegan a tiempo, aunque ocasionalmente hay retrasos pequeños que no afectan mucho mi experiencia.	18	36.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: Generalmente, los pedidos llegan puntuales, pero he tenido algunas experiencias con retrasos sin aviso previo.	8	16.0%
	En desacuerdo: Aunque algunos pedidos llegan a tiempo, la mayoría de las veces no se cumple con el tiempo prometido y no me avisan de los retrasos.	4	8.0%

	Totalmente en desacuerdo: Mis pedidos siempre llegan tarde y no recibo información sobre los retrasos, lo que afecta mi experiencia.	5	10.0%
	Total	**50**	**100.0%**

Al examinar la percepción sobre la puntualidad en los despachos de la empresa VIIIAL, la verdad es que los resultados revelan un panorama mixto. En efecto, el 36,0% (18 usuarios) y el 30,0% (15 personas) se muestran de acuerdo y totalmente de acuerdo, respectivamente, destacando que los pedidos suelen llegar dentro de lo estipulado. Sin embargo, un considerable 18,0% acumulado entre quienes están en desacuerdo (8,0%) y totalmente en desacuerdo (10,0%) expone fallas logísticas latentes que generan retrasos sin previo aviso. Además, el 16,0% adopta una postura neutral, lo que evidencia inconsistencias operativas que afectan directamente la experiencia del consumidor en el contexto urbano de Ocaña.

Figura 5

El personal que me atendió mostró un comportamiento amable y profesional durante el servicio de entrega

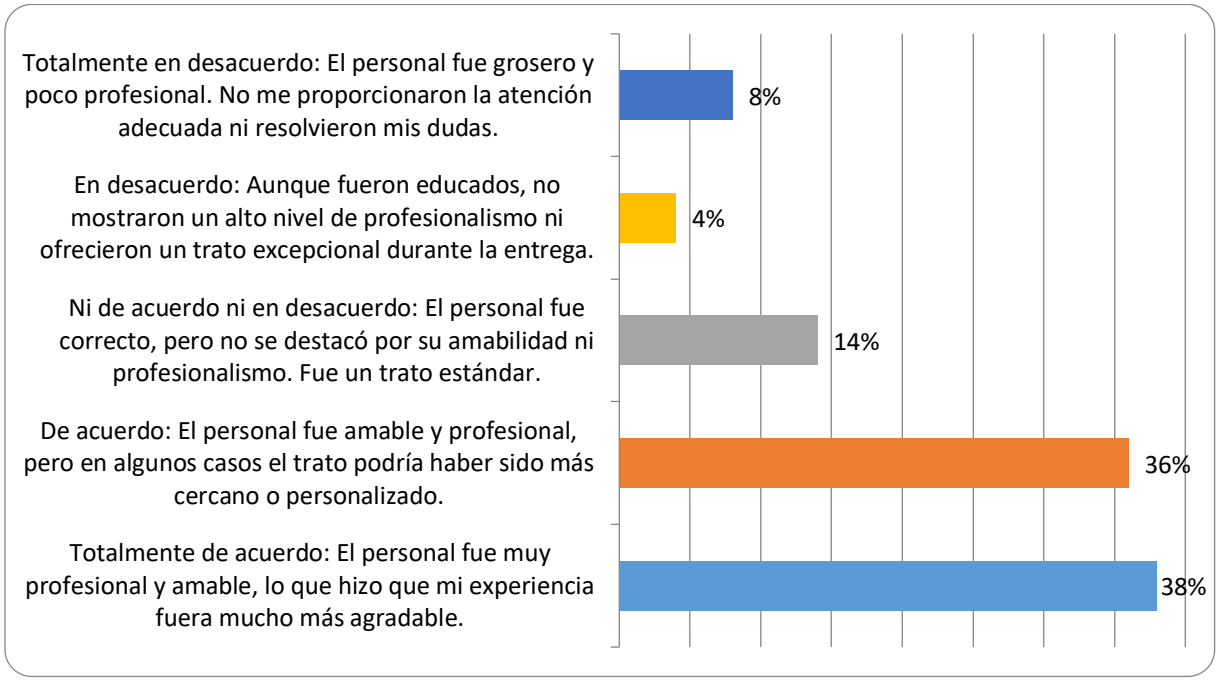


Tabla 4

El personal que me atendió mostró un comportamiento amable y profesional durante el servicio de entrega

Clientes	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Clientes	Totalmente de acuerdo: El personal fue muy profesional y amable, lo que hizo que mi experiencia fuera mucho más agradable.	19	38.0%
	De acuerdo: El personal fue amable y profesional, pero en algunos casos el trato podría haber sido más cercano o personalizado.	18	36.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: El personal fue correcto, pero no se destacó por su amabilidad ni profesionalismo. Fue un trato estándar.	7	14.0%
	En desacuerdo: Aunque fueron educados, no mostraron un alto nivel de profesionalismo ni ofrecieron un trato excepcional durante la entrega.	2	4.0%

	Totalmente en desacuerdo: El personal fue grosero y poco profesional. No me proporcionaron la atención adecuada ni resolvieron mis dudas.	4	8.0%
	Total	**50**	**100.0%**

La interacción humana del personal repartidor constituye un pilar fundamental para la percepción de calidad. Ante esto, los datos evidencian una aceptación favorable muy alta, ya que el 38,0% (19 encuestados) está totalmente de acuerdo y el 36,0% (18 usuarios) se manifiesta de acuerdo con la amabilidad y el profesionalismo demostrado durante las entregas. Y es que solo un minoritario 12,0% sumando el desacuerdo (4,0%) y el rechazo total (8,0%) reporta tratos groseros o poco adecuados. Asimismo, el 14,0% se mantiene neutral, lo que sugiere que, si bien el servicio humano es mayormente sólido, resulta imperativo estandarizar los protocolos de atención al cliente para consolidar la confianza institucional.

Figura 6

El estado de los productos entregados es siempre satisfactorio y sin daños

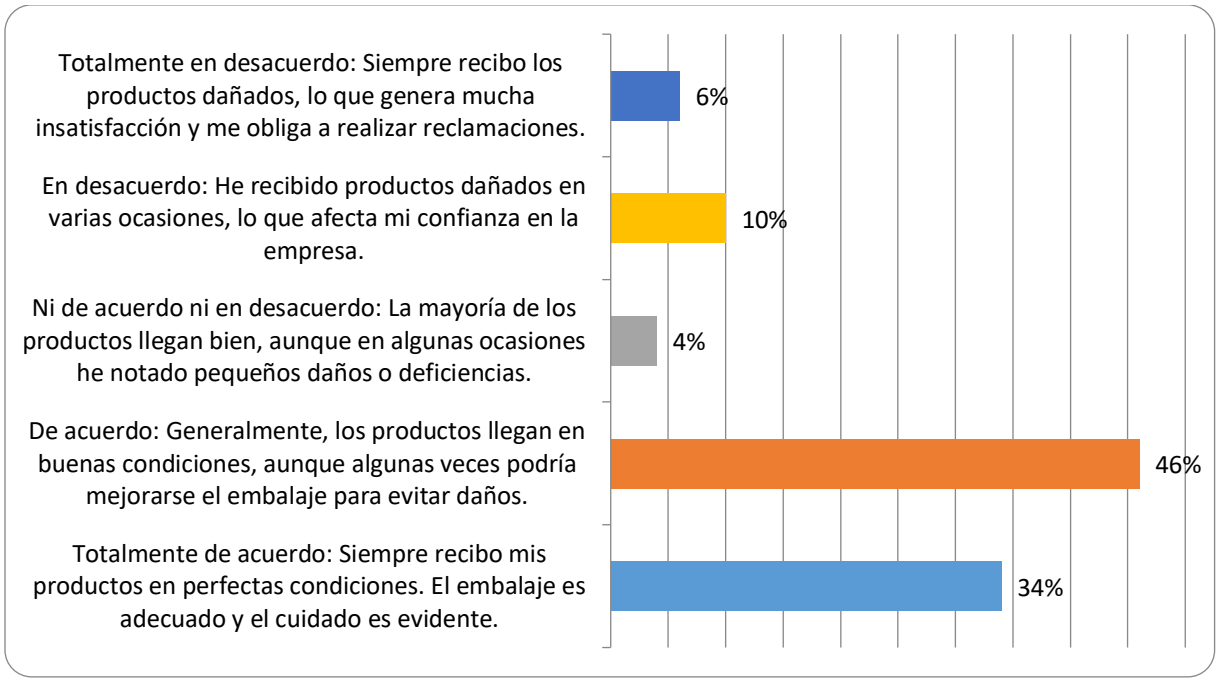


Tabla 5

El estado de los productos entregados es siempre satisfactorio y sin daños

Clientes	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Clientes	Totalmente de acuerdo: Siempre recibo mis productos en perfectas condiciones. El embalaje es adecuado y el cuidado es evidente.	17	34.0%
	De acuerdo: Generalmente, los productos llegan en buenas condiciones, хотя algunas veces podría mejorarse el embalaje para evitar daños.	23	46.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: La mayoría de los productos llegan bien, aunque en algunas ocasiones he notado pequeños daños o deficiencias.	2	4.0%
	En desacuerdo: He recibido productos dañados en varias ocasiones, lo que afecta mi confianza en la empresa.	5	10.0%
	Totalmente en desacuerdo: Siempre recibo los productos dañados, lo que genera mucha insatisfacción y me obliga a realizar reclamaciones.	3	6.0%
	Total	**50**	**100.0%**

Garantizar que la mercancía llegue en condiciones óptimas es un desafío logístico crítico. En este sentido, la evaluación arroja resultados muy alentadores, dado que el 46,0% de los clientes (23 personas) está de acuerdo y el 34,0% (17 usuarios) se declara totalmente de acuerdo en que los productos se entregan sin daños y con un embalaje adecuado. No obstante, la investigación detecta un foco de atención importante: un 16,0% total manifiesta inconformidad al recibir artículos con algún tipo de afectación (10,0% en desacuerdo y 6,0% totalmente en desacuerdo). Por su parte, apenas el 4,0% mantiene una postura neutral, reflejando que los procesos de manipulación requieren mayor rigor operativo.

Figura 7

La empresa me ha ofrecido un servicio confiable y consistente a lo largo del tiempo

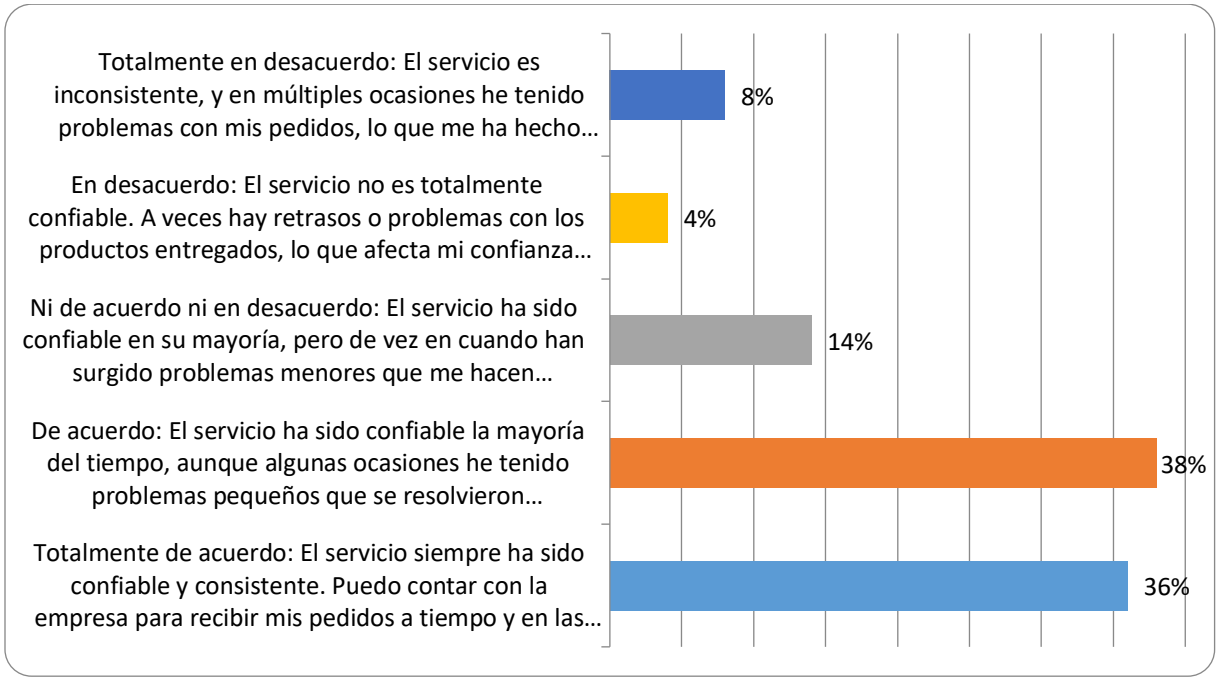


Tabla 6

La empresa me ha ofrecido un servicio confiable y consistente a lo largo del tiempo

Clientes	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Clientes	Totalmente de acuerdo: El servicio siempre ha sido confiable y consistente. Puedo contar con la empresa para recibir mis pedidos a tiempo y en las condiciones esperadas.	18	36.0%
	De acuerdo: El servicio ha sido confiable la mayoría del tiempo, aunque algunas ocasiones he tenido problemas pequeños que se resolvieron rápidamente.	19	38.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: El servicio ha sido confiable en su mayoría, pero de vez en cuando han surgido problemas menores que me hacen cuestionar la consistencia del servicio.	7	14.0%
	En desacuerdo: El servicio no es totalmente confiable. A veces hay retrasos o problemas con los productos entregados, lo que afecta mi confianza en la empresa.	2	4.0%
	Totalmente en desacuerdo: El servicio es inconsistente, y en múltiples ocasiones he tenido problemas con mis pedidos, lo que me ha hecho dudar de la fiabilidad de la empresa.	4	8.0%
	Total	**50**	**100.0%**

La consistencia a lo largo del tiempo define la competitividad de una empresa de domicilios. Al respecto, los porcentajes muestran que el 38,0% (19 usuarios) está de acuerdo y el 36,0% (18 encuestados) se halla totalmente de acuerdo con la fiabilidad sostenida del servicio de VIIIAL. A pesar de esta sólida valoración positiva, un 12,0% combinado (4,0% en desacuerdo y 8,0% totalmente en desacuerdo) experimenta irregularidades recurrentes que debilitan la fidelización. Aunado a esto, el 14,0% adopta una posición neutral, lo que demuestra que la organización enfrenta fluctuaciones operativas que limitan su estabilidad logística en el mercado local ocañero.

Figura 8

Los precios de los productos o servicios ofrecidos por la empresa son razonables ycorresponden a la calidad brindada

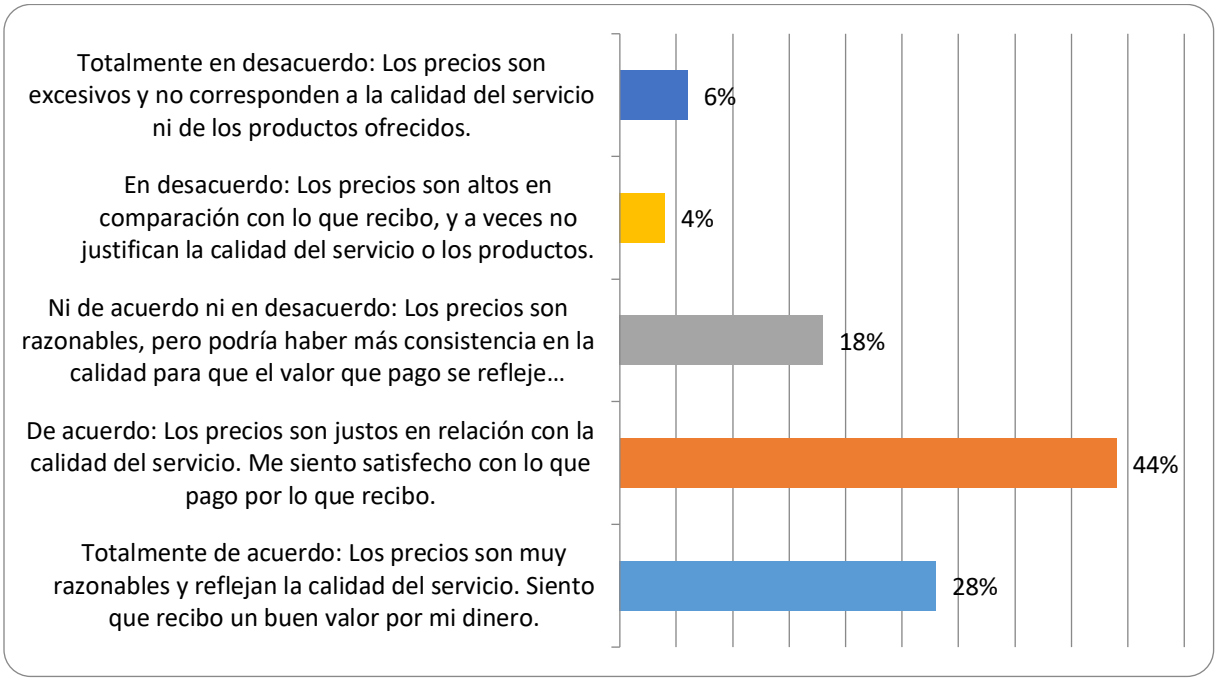


Tabla 7

Los precios de los productos o servicios ofrecidos por la empresa son razonables ycorresponden a la calidad brindada

Clientes	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
	Totalmente de acuerdo: Los precios son muy razonables y reflejan la calidad del servicio. Siento que recibo un buen valor por mi dinero.	14	28.0%
	De acuerdo: Los precios son justos en relación con la calidad del servicio. Me siento satisfecho con lo que pago por lo que recibo.	22	44.0%
Clientes	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: Los precios son razonables, pero podría haber más consistencia en la calidad para que el valor que pago se refleje completamente en el servicio recibido.	9	18.0%

En desacuerdo: Los precios son altos en comparación con lo que recibo, y a veces no justifican la calidad del servicio o los productos.	2	4.0%
Totalmente en desacuerdo: Los precios son excesivos y no corresponden a la calidad del servicio ni de los productos ofrecidos.	3	6.0%
Total	**50**	**100.0%**

El factor económico condiciona directamente la elección del consumidor. Frente a esto, la valoración de los precios muestra que el 44,0% de los encuestados (22 usuarios) está de acuerdo y el 28,0% (14 personas) se declara totalmente de acuerdo, reconociendo tarifas justas acordes a la calidad recibida. En contraste, un 10,0% total expresa descontento con los costos (4,0% en desacuerdo y 6,0% totalmente en desacuerdo), mientras que el 18,0% adopta una postura neutral. Y es que esta significativa proporción neutral sugiere que los clientes exigen mayor claridad en la correspondencia entre el valor monetario pagado y la eficiencia logística experimentada en cada entrega urbana.

Figura 9

La empresa utiliza tecnología moderna para facilitar el proceso de pedido y entrega, lo que mejora mi experiencia como cliente

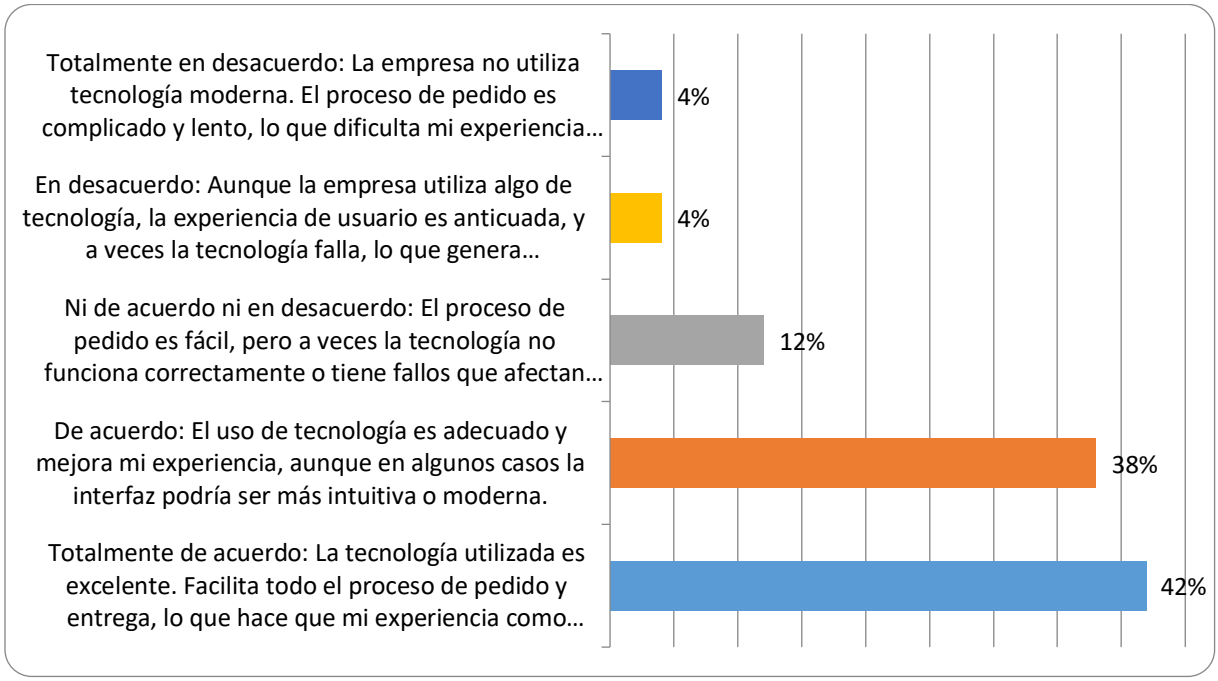


Tabla 8

La empresa utiliza tecnología moderna para facilitar el proceso de pedido y entrega, lo que mejora mi experiencia como cliente

Clientes	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Clientes	Totalmente de acuerdo: La tecnología utilizada es excelente. Facilita todo el proceso de pedido y entrega, lo que hace que mi experiencia como cliente sea mucho más agradable.	21	42.0%
	De acuerdo: El uso de tecnología es adecuado y mejora mi experiencia, aunque en algunos casos la interfaz podría ser más intuitiva o moderna.	19	38.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: El proceso de pedido es fácil, pero a veces la tecnología no funciona correctamente o tiene fallos que afectan la experiencia.	6	12.0%

En desacuerdo: Aunque la empresa utiliza algo de tecnología, la experiencia de usuario es anticuada, y a veces la tecnología falla, lo que genera inconvenientes.	2	4.0%
Totalmente en desacuerdo: La empresa no utiliza tecnología moderna. El proceso de pedido es complicado y lento, lo que dificulta mi experiencia como cliente.	2	4.0%
Total	**50**	**100.0%**

La agilidad en los procesos logísticos modernos depende de plataformas digitales eficientes. Al evaluar este aspecto, la respuesta de los clientes es notablemente favorable, ya que el 42,0% (21 usuarios) está totalmente de acuerdo y el 38,0% (19 personas) se muestra de acuerdo en que la tecnología empleada facilita la experiencia de pedido. Pese a este buen desempeño, un 8,0% acumulado reporta deficiencias técnicas o interfaces anticuadas (4,0% en desacuerdo y 4,0% en total desacuerdo), junto a un 12,0% neutral. Estos indicadores señalan que, aunque la digitalización está presente, el soporte tecnológico requiere actualizaciones constantes para evitar fallas operativas imprevistas.

Figura 10

La empresa me proporciona la información necesaria sobre el estado de mi pedido, manteniéndome informado en todo momento

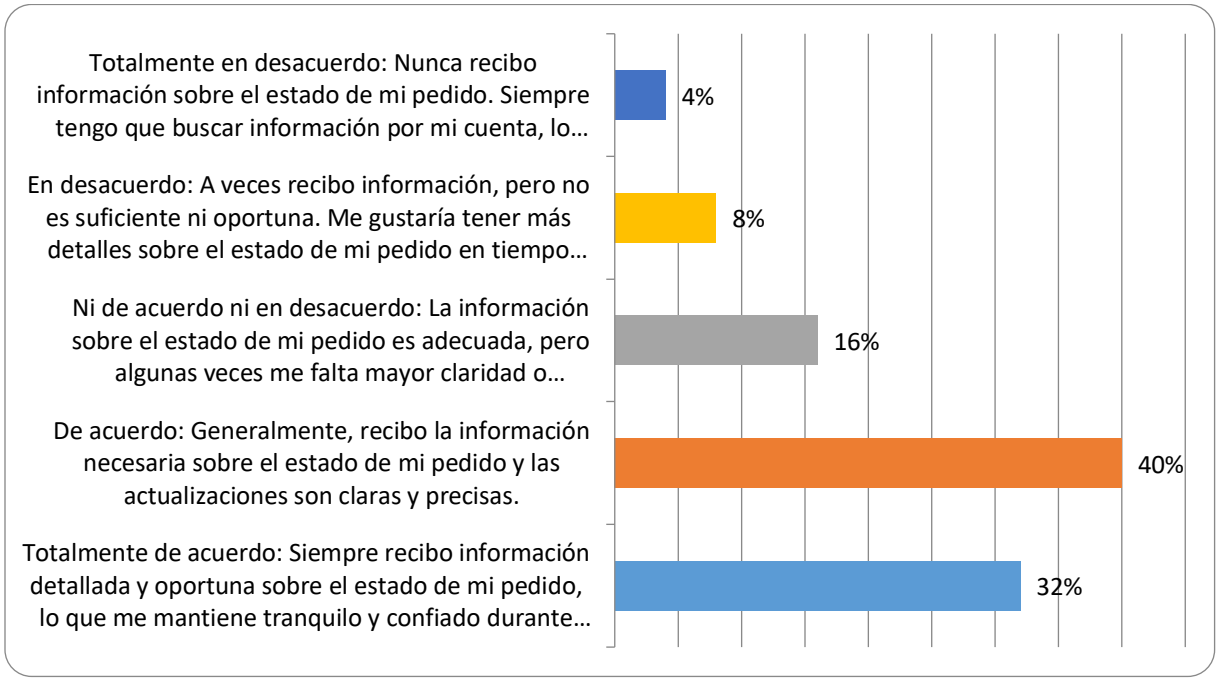


Tabla 9

La empresa me proporciona la información necesaria sobre el estado de mi pedido, manteniéndome informado en todo momento

Clientes	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Clientes	Totalmente de acuerdo: Siempre recibo información detallada y oportuna sobre el estado de mi pedido, lo que me mantiene tranquilo y confiado durante el proceso.	16	32.0%
	De acuerdo: Generalmente, recibo la información necesaria sobre el estado de mi pedido y las actualizaciones son claras y precisas.	20	40.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: La información sobre el estado de mi pedido es adecuada, pero algunas veces me falta mayor claridad o actualizaciones en tiempo real.	8	16.0%

En desacuerdo: A veces recibo información, pero no es suficiente ni oportuna. Me gustaría tener más detalles sobre el estado de mi pedido en tiempo real.	4	8.0%
Totalmente en desacuerdo: Nunca recibo información sobre el estado de mi pedido. Siempre tengo que buscar información por mi cuenta, lo que genera frustración.	2	4.0%
Total	**50**	**100.0%**

La transparencia informativa reduce la ansiedad del consumidor durante la espera. Los resultados reflejan que el 40,0% (20 usuarios) está de acuerdo y el 32,0% (16 personas) se encuentra totalmente de acuerdo con la claridad de las actualizaciones sobre el estado de sus pedidos. No obstante, un 12,0% total manifiesta inconformidad por la escasez de datos oportunos en tiempo real (8,0% en desacuerdo y 4,0% en desacuerdo total), además de un 16,0% neutral. Esto evidencia que los procesos logísticos de seguimiento y comunicación interna de la empresa necesitan canales automatizados más eficientes para mantener informado al usuario de forma constante.

Figura 11

La calidad del servicio que recibo de la empresa supera mis expectativas y me motiva a seguir utilizando sus servicios

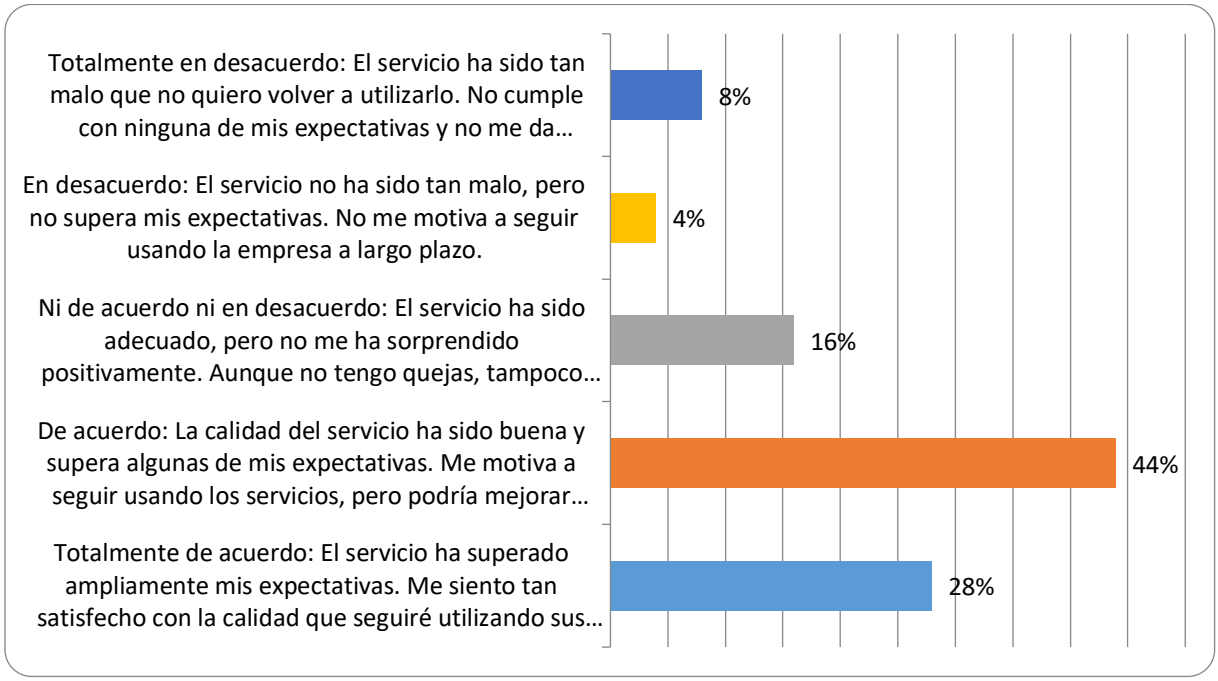


Tabla 10

La calidad del servicio que recibo de la empresa supera mis expectativas y me motiva a seguir utilizando sus servicios

Clientes	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Clientes	Totalmente de acuerdo: El servicio ha superado ampliamente mis expectativas. Me siento tan satisfecho con la calidad que seguiré utilizando sus servicios y los recomendaré.	14	28.0%
	De acuerdo: La calidad del servicio ha sido buena y supera algunas de mis expectativas. Me motiva a seguir usando los servicios, pero podría mejorar algunos aspectos.	22	44.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: El servicio ha sido adecuado, pero no me ha sorprendido positivamente. Aunque no tengo quejas, tampoco me siento completamente motivado para seguir utilizando sus servicios.	8	16.0%

En desacuerdo: El servicio no ha sido tan malo, pero no supera mis expectativas. No me motiva a seguir usando la empresa a largo plazo.	2	4.0%
Totalmente en desacuerdo: El servicio ha sido tan malo que no quiero volver a utilizarlo. No cumple con ninguna de mis expectativas y no me da confianza.	4	8.0%
Total	**50**	**100.0%**

La lealtad del cliente constituye el indicador definitivo del éxito organizacional. Al respecto, el 44,0% de los encuestados (22 personas) está de acuerdo y el 28,0% (14 usuarios) totalmente de acuerdo en que el servicio de VIIIAL supera sus expectativas y los motiva a seguir utilizándolo. No obstante, un 12,0% global expresa decepción o falta de incentivos para continuar (4,0% en desacuerdo y 8,0% totalmente en desacuerdo), acompañados por un 16,0% neutral. En definitiva, estos porcentajes reafirman la urgencia de estructurar planes de mejora continua que consoliden la competitividad a largo plazo de la empresa en la región.

Tabla 11

Diagnóstico situacional

Dimensión / Categoría	Pregunta de Investigación	Respuesta / Hallazgo Clave	Elementos Analíticos (Fortalezas y Debilidades)	Aporte al Objetivo Diagnóstico
1. Satisfacción del Cliente	¿Qué mecanismos considera la empresa para monitorear y evaluar la satisfacción del cliente, y cómo los implementa	La empresa realiza seguimiento mediante retroalimentación por WhatsApp, llamadas telefónicas y comentarios tras cada servicio. Se registran quejas,	• F: Canales directos y ágiles (WhatsApp, llamadas). • F: Registro formal de PQRS y acción correctiva. • D: Dependencia de	Identifica las fortalezas de comunicación y retroalimentación, así como las debilidades en la estructuración de la experiencia del usuario.

	para generar mejoras?	sugerencias y felicitaciones para analizar causas y aplicar correcciones orientadas a mejorar tiempos y calidad.	canales reactivos sin medición estandarizada continua.	
2. Fiabilidad y Consistencia	¿Qué métodos utiliza la empresa para medir la fiabilidad y consistencia del servicio, y cómo se asegura de que estas métricas se apliquen efectivamente?	Evaluamos el cumplimiento de tiempos de entrega, porcentaje de pedidos correctos, número de reclamaciones y satisfacción. Los indicadores se revisan periódicamente; ante fallas, se implementan acciones de mejora, seguimiento y ajustes operacionales.	• F: Monitoreo activo de KPIs (tiempos, entregas y reclamos). • F: Revisiones periódicas y trazabilidad correctiva. • D: Vulnerabilidad frente a variables externas (tráfico, aliados).	Establece el diagnóstico sobre el control del rendimiento operativo y la estabilidad del servicio ante factores exógenos.

Nota. Información suministradapor M. Prince(comunicación personal, 21 de julio de 2026)

La verdad es que la operación de VIIIAL demuestra una notable resiliencia cotidiana. Y es que, mediante el monitoreo constante de indicadores clave y una comunicación fluida por WhatsApp, la compañía logra blindar su calidad. Sin embargo, la investigación revela que la verdadera debilidad radica en la exposición a variables externas difíciles de controlar —como el tráfico o las demoras de aliados—. En definitiva, el servicio es sólido en su capacidad de reacción, pero urge estructurar procesos más preventivos para garantizar una consistencia impecable.

Tabla 12

Matriz DOFA

	Positivos para alcanzar el objetivo	**Negativos para alcanzar el objetivo**
Origen Interno (atributos de la empresa)	**FORTALEZAS (F)** **F1.** Personal domiciliario profesional y amable. **F2.** Precios justos y razonables. **F3.** Uso de tecnología básica para pedidos. **F4.** Gerencia receptiva a comentarios. **F5.** Comunicación fluida entre directivos y trabajadores.	**DEBILIDADES (D)** **D1.** Inconsistencias y retrasos en entregas. **D2.** Entregas con productos dañados o empaques deficientes. **D3.** Dependencia de procesos logísticos manuales. **D4.** Limitación en recursos y equipos operacionales. **D5.** Asignación poco clara de plazos y prioridades.
Origen Externo (atributos del ambiente)	**OPORTUNIDADES (O)** **O1.** Herramientas tecnológicas de geolocalización. **O2.** Zonificación inteligente del área urbana. **O3.** Acuerdos de nivel de servicio (SLA) con aliados. **O4.** Manuales de atención y encuestas automatizadas. **O5.** Alta disposición del público local para retroalimentación.	**AMENAZAS (A)** **A1.** Tráfico denso y alto volumen en horas pico. **A2.** Demoras en preparación por comercios aliados. **A3.** Dificultad para ubicar direcciones complejas. **A4.** Exposición a variables operativas externas. **A5.** Riesgo de migración de clientes a la competencia.

Nota. Información suministradapor M. Prince(comunicación personal, 21 de julio de 2026)

CruceS EstratégicoS (FO – FA – DO – DA)

Estrategias FO (Fortalezas + Oportunidades)

- **FO1.** Usar la comunicación fluida y el compromiso del personal para capacitar rápidamente al equipo en herramientas tecnológicas de geolocalización.
- **FO2.** Aprovechar la gerencia receptiva y el uso de tecnología para implementar encuestas automatizadas de satisfacción post-servicio.
- **FO3.** Potenciar el trato amable del personal para motivar a los clientes a brindar retroalimentación continua y detallada.
- **FO4.** Utilizar los precios razonables como ventaja competitiva al formalizar acuerdos de nivel de servicio (SLA) con establecimientos aliados.
- **FO5.** Aprovechar la buena relación laboral interna para diseñar e implementar la zonificación inteligente en el municipio.

Estrategias FA (Fortalezas + Amenazas)

- **FA1.** Respaldarse en la amabilidad y profesionalismo del personal para mitigar la molestia del cliente ante demoras por tráfico denso.
- **FA2.** Aprovechar la comunicación directa con aliados para coordinar tiempos de preparación y evitar acumulaciones en horas pico.
- **FA3.** Utilizar la tecnología básica de pedidos para mantener informado al cliente en tiempo real sobre retrasos incontrolables.
- **FA4.** Aprovechar la receptividad gerencial para resolver eficientemente quejas sobre direcciones complejas o inconsistencias en entregas.
- **FA5.** Mantener precios justos para fidelizar a los usuarios y evitar su migración hacia la competencia ante eventuales fallas externas.

Estrategias DO (Debilidades + Oportunidades)

- **DO1.** Implementar la geolocalización y zonificación urbana para reducir las inconsistencias y retrasos recurrentes en las entregas.
- **DO2.** Crear manuales de atención y protocolos de empaque para disminuir las incidencias de productos dañados o empaques deficientes.
- **DO3.** Adoptar software logístico para automatizar procesos y superar la dependencia de controles manuales.
- **DO4.** Aprovechar las alianzas con establecimientos para optimizar el uso de recursos y herramientas del personal domiciliario.
- **DO5.** Estructurar planes de trabajo con el apoyo de herramientas tecnológicas para definir claramente las prioridades y plazos operativos.

Estrategias DA (Debilidades + Amenazas)

- **DA1.** Establecer Acuerdos de Nivel de Servicio (SLA) con comercios aliados para sincronizar tiempos y evitar retrasos en horas pico.
- **DA2.** Diseñar un protocolo de empaque e inspección de mercancía para evitar reclamos y reducir el riesgo de pérdida de clientes.
- **DA3.** Implementar un sistema de control preventivo en tiempo real para anticipar problemas de ubicación de direcciones complejas.
- **DA4.** Optimizar la asignación de recursos y rutas para responder con agilidad ante el tráfico denso y variables externas.
- **DA5.** Estandarizar los tiempos de respuesta y seguimiento para mejorar la eficiencia operativa frente a la presión de la competencia.

4.1.2 Síntesis de resultado

Al evaluar el diagnóstico situacional de VIIIAL, los datos cuantitativos y cualitativos revelan una clara dualidad en la percepción del servicio. Por un lado, la dimensión humana destaca como la principal fortaleza de la compañía. Y es que un sólido 74% de los usuarios califica como amable y profesional el trato recibido por los domiciliarios, mientras que un 72% considera razonable la tarifa cobrada. A esto se suma que un 80% reconoce que el soporte tecnológico básico facilita la realización de pedidos. No obstante, la verdad es que al mirar la fiabilidad operativa aparecen fisuras preocupantes. Un 18% de los clientes manifiesta insatisfacción por retrasos frecuentes sin notificación previa, sumado a un 16% que reporta haber recibido empaques o productos con daños. Desde la perspectiva interna, el 40% de los colaboradores adopta una postura neutral frente a la suficiencia de recursos, y un 20% afirma que las limitaciones de equipos y tiempo frenan su ritmo de trabajo. Aunque la gerencia atiende quejas mediante WhatsApp y llamadas, este esquema resulta reactivo y poco sistematizado. En síntesis, VIIIAL cuenta con el respaldo de sus clientes por su cercanía y costo, pero enfrenta debilidades críticas en la consistencia de tiempos de entrega y el control preventivo de la calidad.

4.2 Descripciónlos de los procesos logísticos y administrativos de la empresa de domicilios VIIIAL, con el fin de identificar factores que afectan la eficiencia operativa y la calidad del servicio.

Esta sección examina detalladamente el flujo operativo y la gestión administrativa de VIIIAL. Su propósito es mapear cada etapa operativa para detectar cuellos de botella, inconsistencias y tiempos muertos que impactan negativamente la calidad y eficiencia del servicio prestado.

Figura 12

El proceso de asignación de tareas es claro y bien organizado dentro de la empresa

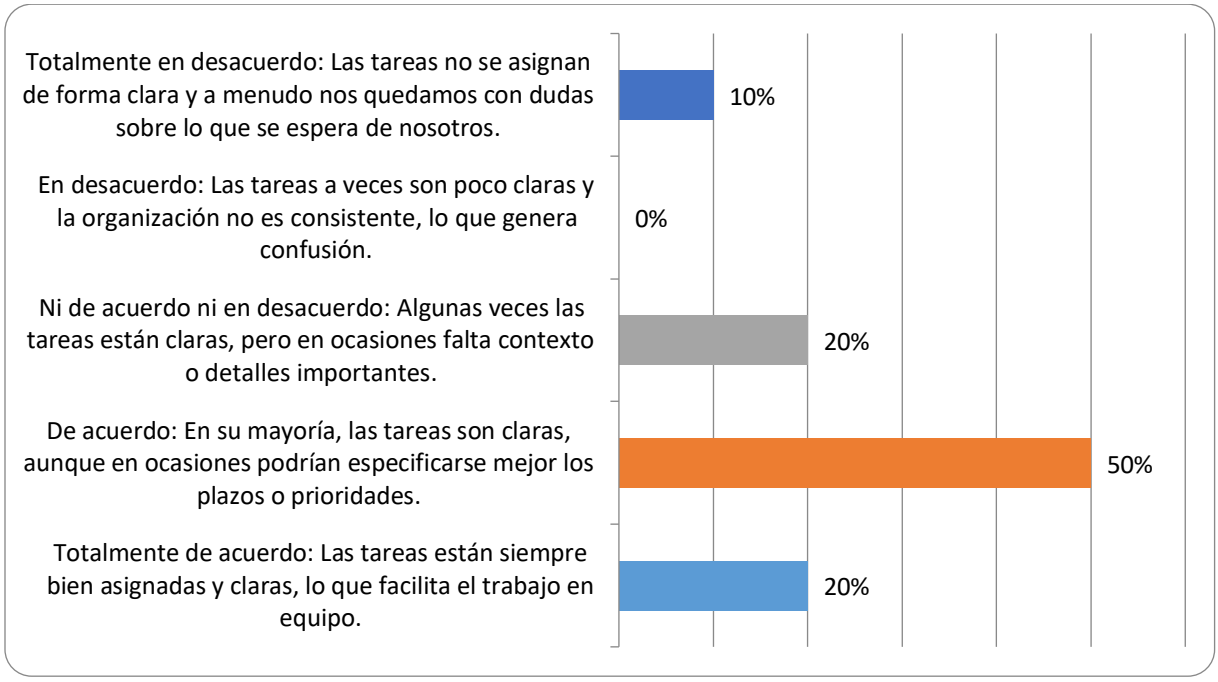


Tabla 13

El proceso de asignación de tareas es claro y bien organizado dentro de la empresa

Colaboradores	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Colaboradores	Totalmente de acuerdo: Las tareas están siempre bien asignadas y claras, lo que facilita el trabajo en equipo.	2	20.0%
	De acuerdo: En su mayoría, las tareas son claras, aunque en ocasiones podrían especificarse mejor los plazos o prioridades.	5	50.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: Algunas veces las tareas están claras, pero en ocasiones falta contexto o detalles importantes.	2	20.0%
	En desacuerdo: Las tareas a veces son poco claras y la organización no es consistente, lo que genera confusión.	0	0.0%
	Totalmente en desacuerdo: Las tareas no se asignan de forma clara y a menudo nos quedamos con dudas sobre lo que se espera de nosotros.	1	10.0%
	Total	**10**	**100.0%**

Al evaluar los procesos internos de delegación dentro de la empresa VIIIAL, la verdad es que los resultados muestran un panorama favorable pero con claros espacios de mejora. En efecto, el 50,0% de los colaboradores (5 personas) se muestra de acuerdo y un 20,0% (2 trabajadores) totalmente de acuerdo con que las tareas son claras y organizadas. Sin embargo, un 20,0% (2 empleados) adopta una postura neutral, y un 10,0% (1 persona) está totalmente en desacuerdo debido a la persistencia de dudas operativas. Y es que estas cifras evidencian que los procesos administrativos requieren mayor precisión en la asignación de plazos para optimizar la eficiencia logística en Ocaña.

Figura 13

La capacitación que recibimos para realizar nuestras funciones es adecuada y mejora mi desempeño laboral

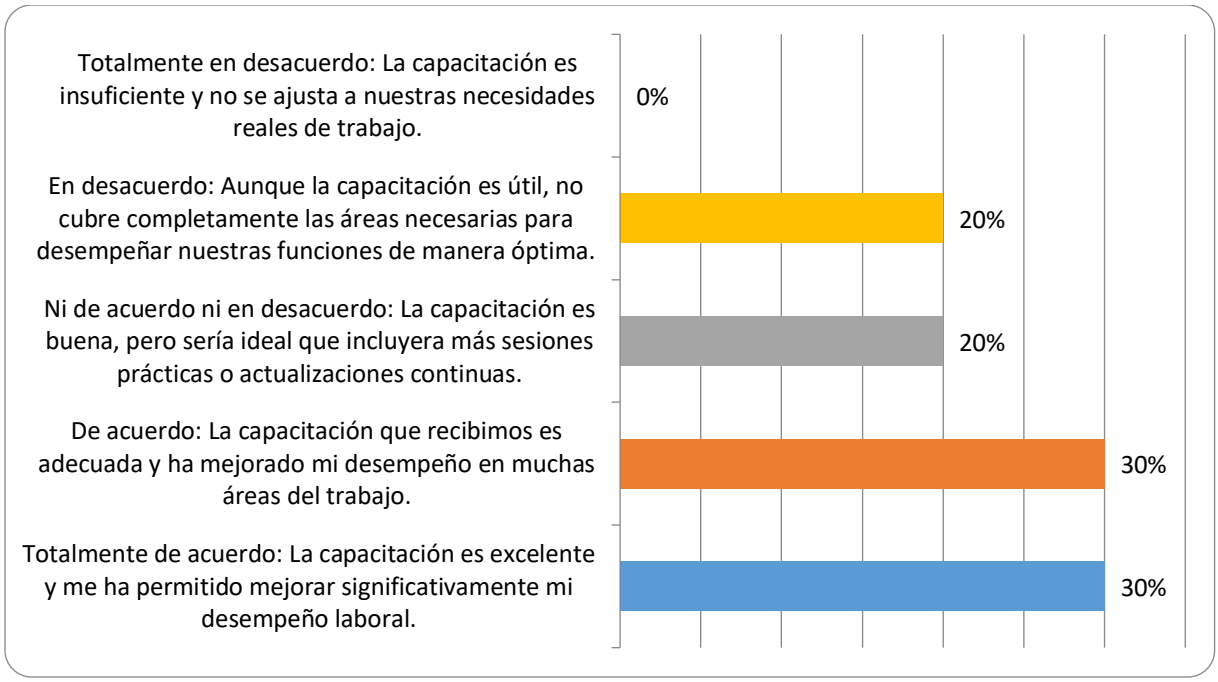


Tabla 14

La capacitación que recibimos para realizar nuestras funciones es adecuada y mejora mi desempeño laboral

Colaboradores	Ítem	Frecuencia	Porcentaje

Colaboradores	Totalmente de acuerdo: La capacitación es excelente y me ha permitido mejorar significativamente mi desempeño laboral.	3	30.0%
	De acuerdo: La capacitación que recibimos es adecuada y ha mejorado mi desempeño en muchas áreas del trabajo.	3	30.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: La capacitación es buena, pero sería ideal que incluyera más sesiones prácticas o actualizaciones continuas.	2	20.0%
	En desacuerdo: Aunque la capacitación es útil, no cubre completamente las áreas necesarias para desempeñar nuestras funciones de manera óptima.	2	20.0%
	Totalmente en desacuerdo: La capacitación es insuficiente y no se ajusta a nuestras necesidades reales de trabajo.	0	0.0%
	Total	**10**	**100.0%**

La formación continua constituye un eje vital para consolidar las competencias del equipo de trabajo. Frente a esto, la percepción se encuentra dividida equitativamente, ya que el 30,0% (3 colaboradores) está totalmente de acuerdo y otro 30,0% se muestra de acuerdo en que la capacitación mejora significativamente su desempeño. No obstante, la verdad es que un 20,0% (2 personas) mantiene una postura neutral y un 20,0% adicional está en desacuerdo, argumentando que los programas formativos no cubren plenamente todas las necesidades operativas reales. Esto demuestra que la administración debe rediseñar los planes de instrucción técnica orientados al servicio de domicilios.

Figura 14

La comunicación entre los trabajadores y los directivos es fluida y efectiva, lo quefacilita la ejecución de nuestras tareas

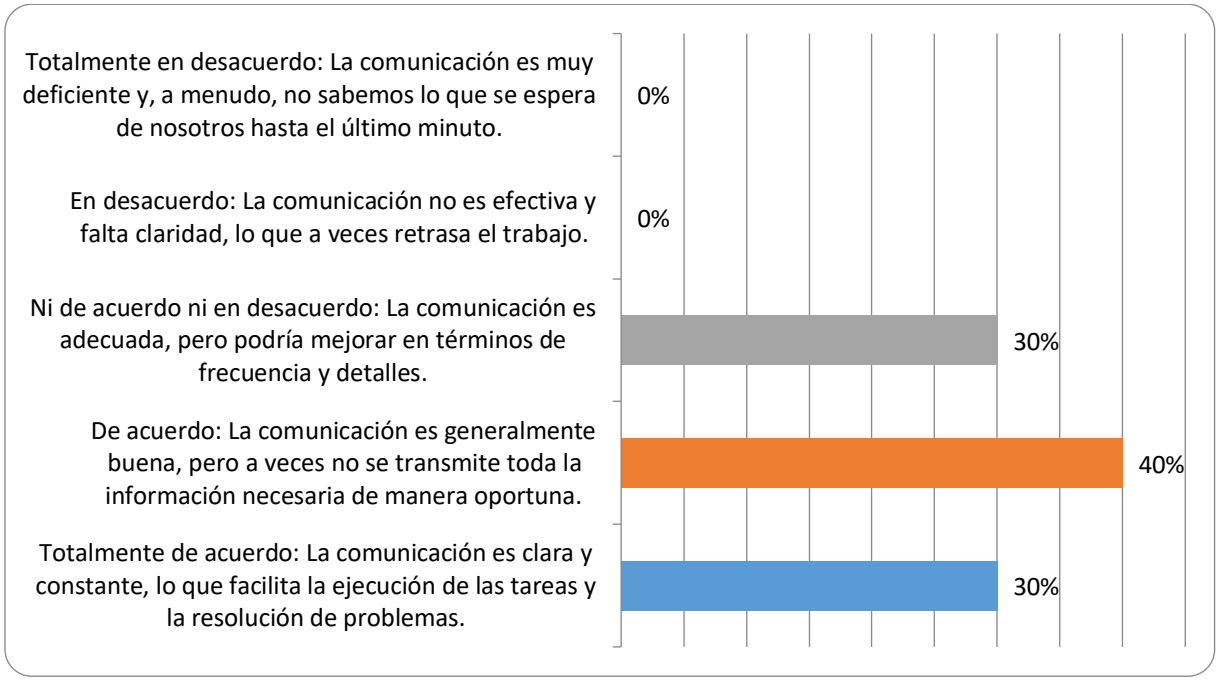


Tabla 15

La comunicación entre los trabajadores y los directivos es fluida y efectiva, lo quefacilita la ejecución de nuestras tareas

Colaboradores	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
	Totalmente de acuerdo: La comunicación es clara y constante, lo que facilita la ejecución de las tareas y la resolución de problemas.	3	30.0%
	De acuerdo: La comunicación es generalmente buena, pero a veces no se transmite toda la información necesaria de manera oportuna.	4	40.0%

Colaboradores	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: La comunicación es adecuada, pero podría mejorar en términos de frecuencia y detalles.	3	30.0%
	En desacuerdo: La comunicación no es efectiva y falta claridad, lo que a veces retrasa el trabajo.	0	0.0%
	Totalmente en desacuerdo: La comunicación es muy deficiente y, a menudo, no sabemos lo que se espera de nosotros hasta el último minuto.	0	0.0%
	Total	**10**	**100.0%**

Una comunicación directiva fluida resulta indispensable para la coordinación interna. Según los datos recolectados, el 40,0% de los colaboradores (4 personas) está de acuerdo y el 30,0% (3 trabajadores) totalmente de acuerdo con que el flujo informativo facilita la ejecución de las tareas. Adicionalmente, un 30,0% (3 empleados) adopta una posición neutral, mientras que ningún colaborador reporta desacuerdo. Y es que, aunque los canales de diálogo muestran estabilidad general, es necesario afinar los detalles de transmisión oportuna para evitar cualquier margen de confusión en las directrices administrativas cotidianas de la empresa ocañera.

Figura 15

La empresa tiene un enfoque claro y definido sobre cómo mejorar la eficiencia de sus procesos logísticos

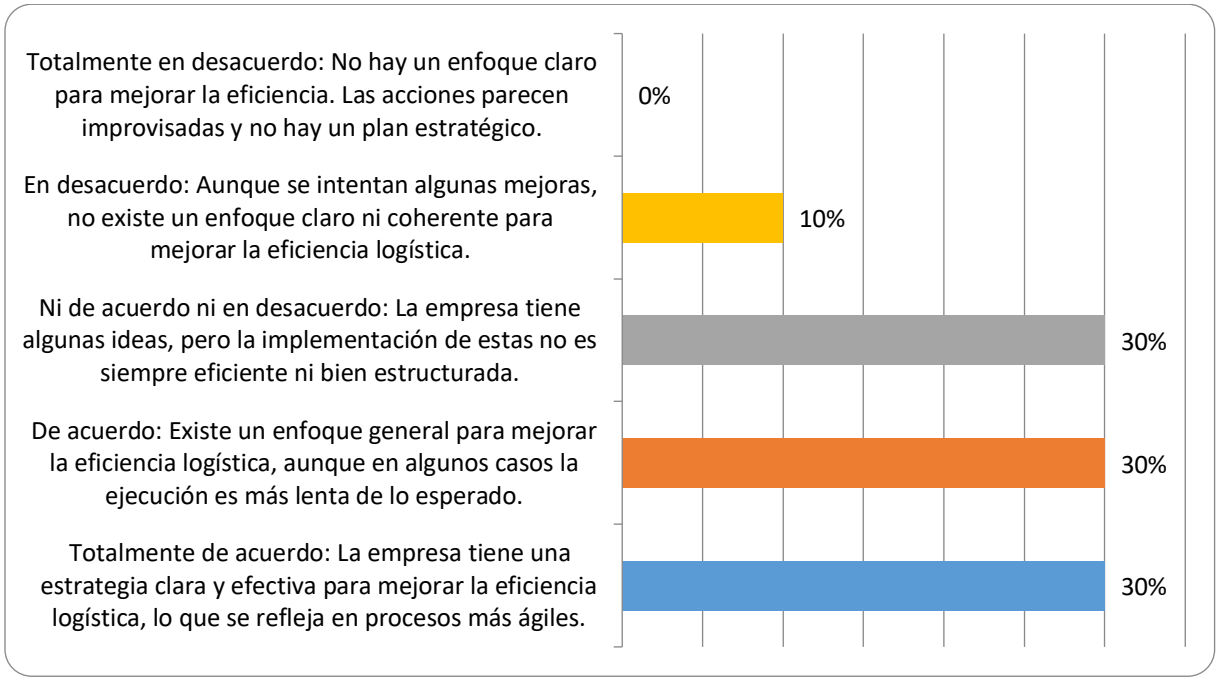


Tabla 16

La empresa tiene un enfoque claro y definido sobre cómo mejorar la eficiencia de sus procesos logísticos

Colaboradores	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
	Totalmente de acuerdo: La empresa tiene una estrategia clara y efectiva para mejorar la eficiencia logística, lo que se refleja en procesos más ágiles.	3	30.0%
	De acuerdo: Existe un enfoque general para mejorar la eficiencia logística, aunque en	3	30.0%

	algunos casos la ejecución es más lenta de lo esperado.		
Colaboradores	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: La empresa tiene algunas ideas, pero la implementación de estas no es siempre eficiente ni bien estructurada.	3	30.0%
	En desacuerdo: Aunque se intentan algunas mejoras, no existe un enfoque claro ni coherente para mejorar la eficiencia logística.	1	10.0%
	Totalmente en desacuerdo: No hay un enfoque claro para mejorar la eficiencia. Las acciones parecen improvisadas y no hay un plan estratégico.	0	0.0%
	Total	**10**	**100.0%**

Definir estrategias claras orientadas a la optimización logística determina el rumbo competitivo de la organización. En este aspecto, el 30,0% de los colaboradores (3 personas) está totalmente de acuerdo, un 30,0% se declara de acuerdo y un 30,0% se ubica en una postura neutral respecto a la existencia de un enfoque estructurado. Por otro lado, un 10,0% (1 empleado) se muestra en desacuerdo debido a la percepción de acciones improvisadas. Estos porcentajes reflejan que, aunque existen nociones estratégicas, la implementación administrativa interna todavía carece de la consistencia operativa necesaria para consolidar procesos totalmente ágiles.

Figura 16

Las tareas que realizamos son monitorizadas constantemente para identificar áreas de mejora en los procesos

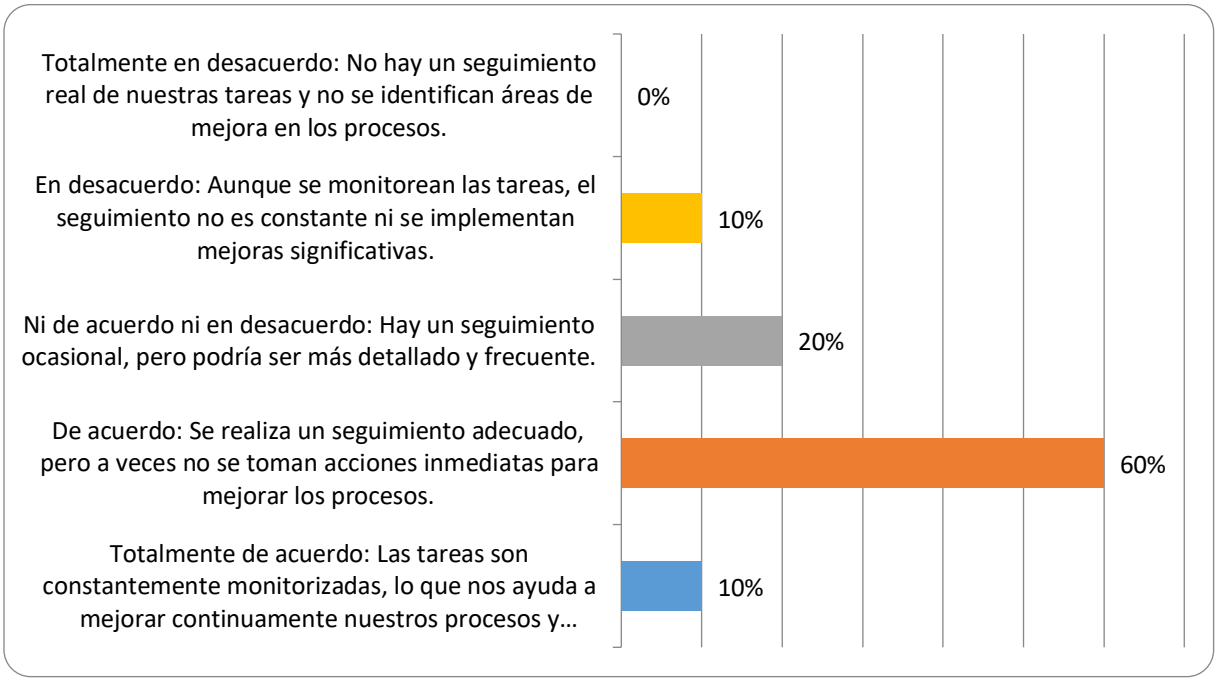


Tabla 17

Las tareas que realizamos son monitorizadas constantemente para identificar áreas de mejora en los procesos

Colaboradores	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
	Totalmente de acuerdo: Las tareas son constantemente monitorizadas, lo que nos ayuda a mejorar continuamente nuestros procesos y eficiencia.	1	10.0%
	De acuerdo: Se realiza un seguimiento adecuado, pero a veces no se toman acciones inmediatas para mejorar los procesos.	6	60.0%

Colaboradores	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: Hay un seguimiento ocasional, pero podría ser más detallado y frecuente.	2	20.0%
	En desacuerdo: Aunque se monitorean las tareas, el seguimiento no es constante ni se implementan mejoras significativas.	1	10.0%
	Totalmente en desacuerdo: No hay un seguimiento real de nuestras tareas y no se identifican áreas de mejora en los procesos.	0	0.0%
	Total	**10**	**100.0%**

El seguimiento operativo permite identificar cuellos de botella y corregir desviaciones a tiempo. Al evaluar esta variable, el 60,0% de la plantilla (6 colaboradores) coincide en estar de acuerdo con que se realiza un seguimiento adecuado, aunque con demoras en la ejecución de cambios. A esto se suma un 20,0% (2 personas) en posición neutral, un 10,0% (1 trabajador) en desacuerdo por la falta de constancia y un 10,0% totalmente de acuerdo. De este modo, los resultados sugieren que el monitoreo de tareas existe, pero se requiere mayor inmediatez en la toma de decisiones gerenciales para optimizar la productividad.

Figura 17

La empresa se esfuerza por mejorar la satisfacción del cliente a través de laimplementación de nuevas estrategias

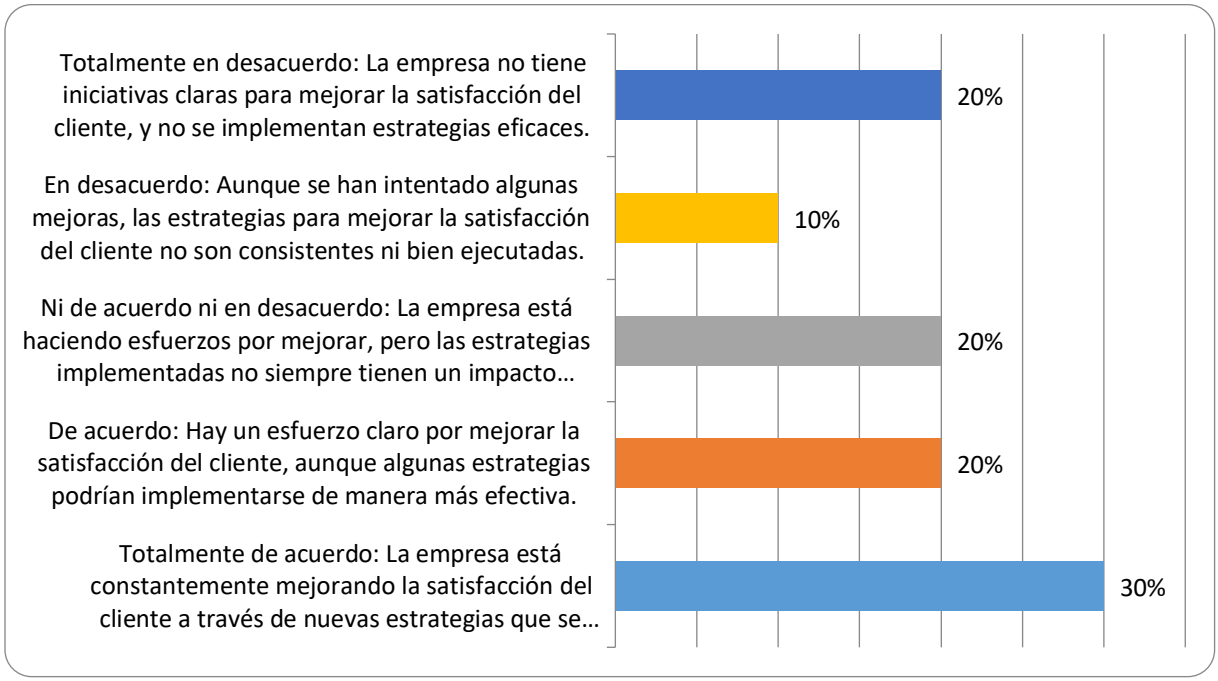


Tabla 18

La empresa se esfuerza por mejorar la satisfacción del cliente a través de laimplementación de nuevas estrategias

Colaboradores	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
	Totalmente de acuerdo: La empresa está constantemente mejorando la satisfacción del cliente a través de nuevas estrategias que se implementan de manera efectiva.	3	30.0%
	De acuerdo: Hay un esfuerzo claro por mejorar la satisfacción del cliente, aunque algunas estrategias podrían	2	20.0%

	implementarse de manera más efectiva.		
Colaboradores	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: La empresa está haciendo esfuerzos por mejorar, pero las estrategias implementadas no siempre tienen un impacto significativo en la satisfacción del cliente.	2	20.0%
	En desacuerdo: Aunque se han intentado algunas mejoras, las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente no son consistentes ni bien ejecutadas.	1	10.0%
	Totalmente en desacuerdo: La empresa no tiene iniciativas claras para mejorar la satisfacción del cliente, y no se implementan estrategias eficaces.	2	20.0%
	Total	**10**	**100.0%**

Involucrar al equipo en la mejora de la experiencia del usuario fortalece la calidad del servicio global. En este sentido, la opinión del personal presenta una notable dispersión: un 30,0% (3 colaboradores) está totalmente de acuerdo con las estrategias aplicadas, mientras que un 20,0% se muestra de acuerdo y otro 20,0% se mantiene neutral. Sin embargo, preocupa que un 20,0% (2 personas) exprese un rechazo total y un 10,0% esté en desacuerdo ante la falta de iniciativas eficaces. La verdad es que estas discrepancias evidencian una desconexión interna sobre el impacto real de las acciones comerciales orientadas al cliente ocañero.

Figura 18

Los procesos internos de la empresa están bien organizados, lo que contribuye a una alta eficiencia en el servicio

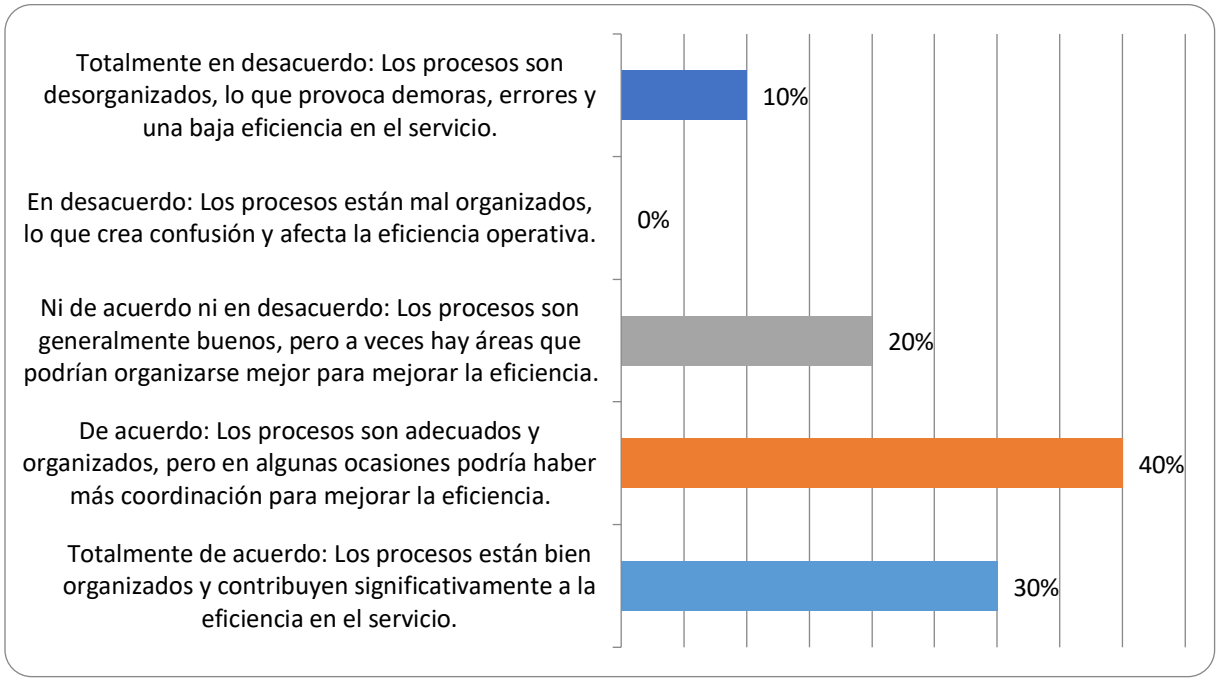


Tabla 19

Los procesos internos de la empresa están bien organizados, lo que contribuye a una alta eficiencia en el servicio

Colaboradores	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
	Totalmente de acuerdo: Los procesos están bien organizados y contribuyen significativamente a la eficiencia en el servicio.	3	30.0%
	De acuerdo: Los procesos son adecuados y organizados, pero en algunas ocasiones podría haber más coordinación para mejorar la eficiencia.	4	40.0%

Colaboradores	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: Los procesos son generalmente buenos, pero a veces hay áreas que podrían organizarse mejor para mejorar la eficiencia.	2	20.0%
	En desacuerdo: Los procesos están mal organizados, lo que crea confusión y afecta la eficiencia operativa.	0	0.0%
	Totalmente en desacuerdo: Los procesos son desorganizados, lo que provoca demoras, errores y una baja eficiencia en el servicio.	1	10.0%
	Total	**10**	**100.0%**

La estructuración interna de los procesos administrativos influye directamente en la rapidez de las entregas. Ante esta premisa, el 40,0% de los encuestados (4 colaboradores) está de acuerdo y el 30,0% (3 personas) totalmente de acuerdo en que la organización interna contribuye a una alta eficiencia. Pese a esta valoración mayoritariamente positiva, un 20,0% (2 empleados) adopta una postura neutral y un 10,0% (1 trabajador) se declara totalmente en desacuerdo debido a la presencia de desorganización y demoras. Esto recalca la necesidad de rediseñar los flujos de trabajo administrativos para eliminar trabas operativas.

Figura 19

Existen mecanismos adecuados para recibir retroalimentación de los clientes y mejorar nuestros procesos según sus necesidades

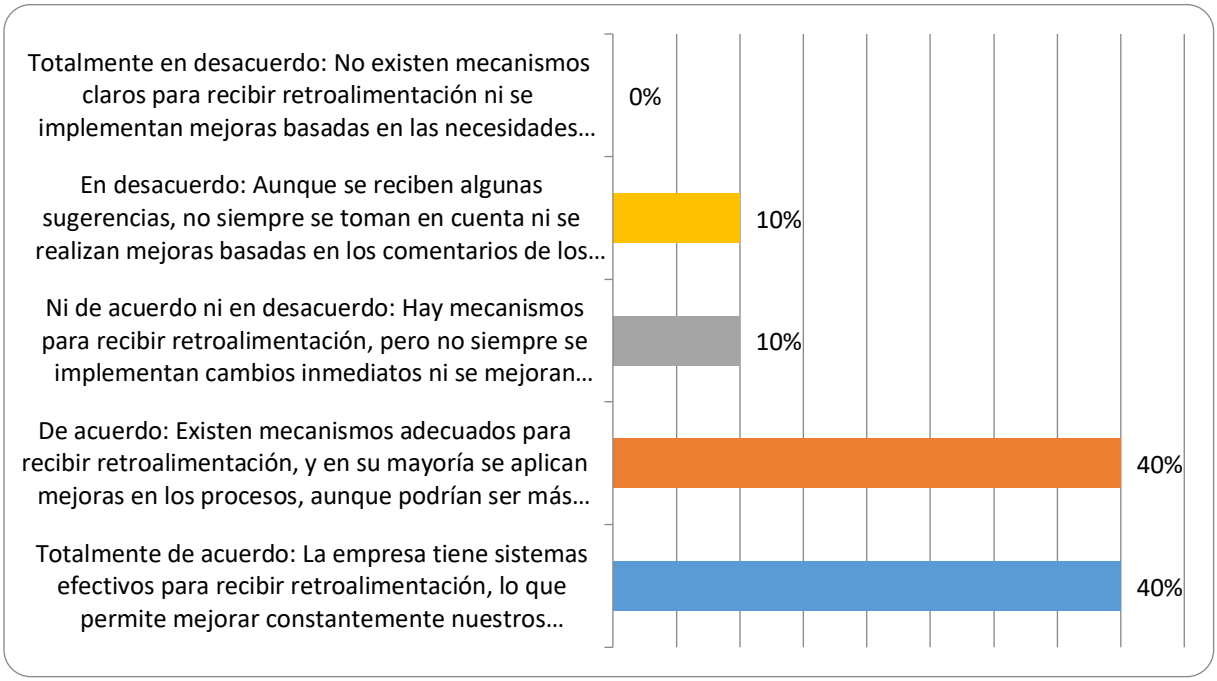


Tabla 20

Existen mecanismos adecuados para recibir retroalimentación de los clientes y mejorar nuestros procesos según sus necesidades

Colaboradores	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
	Totalmente de acuerdo: La empresa tiene sistemas efectivos para recibir retroalimentación, lo que permite mejorar constantemente nuestros procesos según las necesidades del cliente.	4	40.0%
	De acuerdo: Existen mecanismos adecuados para recibir retroalimentación, y en su mayoría se	4	40.0%

	aplican mejoras en los procesos, aunque podrían ser más ágiles.		
Colaboradores	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: Hay mecanismos para recibir retroalimentación, pero no siempre se implementan cambios inmediatos ni se mejoran los procesos con base en esa retroalimentación.	1	10.0%
	En desacuerdo: Aunque se reciben algunas sugerencias, no siempre se toman en cuenta ni se realizan mejoras basadas en los comentarios de los clientes.	1	10.0%
	Totalmente en desacuerdo: No existen mecanismos claros para recibir retroalimentación ni se implementan mejoras basadas en las necesidades del cliente.	0	0.0%
	Total	**10**	**100.0%**

Aprovechar los comentarios del consumidor para reestructurar la logística interna representa una fortaleza clave. Los datos revelan que el 40,0% de los colaboradores (4 personas) está totalmente de acuerdo y otro 40,0% se muestra de acuerdo con la efectividad de los sistemas de retroalimentación implementados. Por el contrario, un 10,0% (1 empleado) mantiene una posición neutral y un 10,0% está en desacuerdo debido a la lentitud en la aplicación de cambios basados en quejas. En definitiva, la empresa cuenta con canales idóneos, pero debe agilizar sus respuestas administrativas para cerrar con éxito el ciclo de mejora continua.

Tabla 21

Diagnóstico Situacional Y Análisis De Procesos

Dimensión / Categoría	Pregunta de Investigación	Respuesta / Hallazgo Clave	Elementos Operativos y Factores Críticos	Aporte al Objetivo Diagnóstico
1. Estrategia Logística y Administrativa	¿Cómo definirías la estrategia de la empresa para mejorar la eficiencia de los procesos logísticos y administrativos?	Nuestra estrategia se basa en brindar un servicio ágil, confiable y oportuno. Para ello organizamos rutas según la ubicación, mantenemos comunicación constante por WhatsApp con clientes y comercios aliados, y realizamos seguimiento hasta la entrega. En lo administrativo, llevamos control diario de pedidos, tiempos e ingresos.	• Organización de rutas por ubicación. • Comunicación constante por WhatsApp. • Control diario administrativo de pedidos e ingresos.	Establece la línea base de control operativo y administrativo, evidenciando los métodos actuales de coordinación y seguimiento.
2. Cuellos de Botella Logísticos	Según su experiencia, ¿cuáles son los principales cuellos de botella que enfrenta la empresa en sus procesos logísticos y cómo está	Los principales inconvenientes son el alto volumen de pedidos en horas pico, las condiciones del tráfico, las dificultades para ubicar direcciones y los retrasos de	• Alto volumen en horas pico. • Tráfico y direcciones complejas. • Demoras de comercios aliados. • Mitigación por ruteo y comunicación.	Identifica los factores exógenos y operativos críticos que afectan directamente la eficiencia y generan fricciones en el servicio.

	trabajando para resolverlos?	establecimientos comerciales. Para resolverlo, organizamos mejor las rutas, mantenemos comunicación permanente y distribuimos según disponibilidad.		
3. Capacitación y Desarrollo del Personal	¿Cómo evalúa la empresa la capacitación y el desarrollo del personal en relación con los procesos logísticos y la satisfacción del cliente?	La capacitación es fundamental. Periódicamente brindamos orientaciones sobre atención al cliente, manejo de pedidos, tiempos y canales. El desempeño se evalúa mediante cumplimiento de entregas, responsabilidad y opinión de usuarios, reforzando las áreas de mejora.	• Orientaciones periódicas al personal. • Evaluación basada en tiempos y responsabilidad. • Retroalimentación enfocada en satisfacción.	Sistematiza el factor humano como eje de calidad y expone las bases de control del desempeño del equipo operativo.

Nota. Información suministradapor M. Prince(comunicación personal, 21 de julio de 2026)

La verdad es que la operación de VIIIAL muestra un esfuerzo diario admirable por mantener el control administrativo y humano. Y es que, a pesar de capacitar al personal y organizar rutas de forma constante, la empresa choca contra barreras inevitables como el tráfico y los retrasos de los aliados comerciales. Además, los picos de demanda desestabilizan el servicio. En definitiva, los procesos son funcionales, pero urge descentralizar la logística para mitigar estos factores externos.

Proceso Principal	Naturaleza	¿Qué se hace? (Objetivo)	¿Cómo se hace? (Operativa Diaria)
Recepción y Validación de Solicitudes (Inbound Logístico)	Operativo / Comercial	Captación de pedidos de clientes y aliados comerciales, verificación de cobertura y estipulación de tarifas y tiempos.	Mediante la canalización de mensajes vía WhatsApp y llamadas telefónicas. Se verifica la disponibilidad de los productos con el restaurante aliado, se confirma la dirección exacta en Ocaña y se le informa al cliente el tiempo estimado de entrega.
Planificación de Rutas y Asignación (Enrutamiento Táctico)	Logístico	Distribución inteligente de los domiciliarios según la zonificación urbana y disponibilidad en tiempo real.	El área administrativa coordina asignando al repartidor más cercano al punto de acopio. Se evalúan las condiciones de tráfico y los picos de demanda para mitigar cuellos de botella y evitar retrasos en el despacho.
Recolección y Control de Calidad (Pick-up)	Operativo / Calidad	Recepción física del pedido en el establecimiento comercial aliado y verificación del estado del embalaje.	El domiciliario inspecciona visualmente que los productos no presenten daños y que el empaque cumpla con los estándares mínimos antes de iniciar el trayecto, garantizando que la mercancía salga en perfectas condiciones.
Distribución y Entrega (Última Milla)	Logístico / Servicio	Transporte seguro del pedido desde el punto de origen hasta el consumidor final, asegurando puntualidad y profesionalismo.	Se ejecuta la ruta asignada bajo un protocolo de atención amable. El domiciliario informa al cliente sobre novedades durante el trayecto, efectúa la entrega directa y realiza el cobro o validación del pago correspondiente.
Gestión Administrativa y	Administrativo	Consolidación diaria de las operaciones, monitoreo de ingresos, flujos	La administración registra en matrices de control los pedidos completados, los tiempos de ciclo logístico, los ingresos generados y las

Financiera (Back-office)		de caja y control de tiempos operacionales.	novedades del personal, permitiendo evaluar la rentabilidad y eficiencia de la jornada.
Atención Post-Venta y Mejora Continua (Gestión PQRS)	Administrativo / Calidad	Atención a requerimientos del cliente, resolución de incidencias operativas, quejas, sugerencias y reclamos.	Se canalizan las retroalimentaciones a través de los canales digitales (WhatsApp). La gerencia documenta las fallas operativas (retrasos o daños) y ejecuta acciones correctivas inmediatas para recuperar la confianza del usuario.
Desarrollo Humano y Formación (Gestión de Talento)	Recursos Humanos	Fortalecimiento de competencias técnicas y habilidades blandas (actitudinales) del personal domiciliario.	Se imparten orientaciones periódicas sobre protocolos de servicio al cliente, manejo seguro de mercancía y optimización de tiempos. El desempeño se evalúa mediante métricas de puntualidad y la calificación directa de los usuarios.

Nota. Información suministradapor M. Prince(comunicación personal, 21 de julio de 2026)

Al examinar a fondo la estructura de VIIIAL, la verdad es que la empresa demuestra un esfuerzo diario notable por articular sus labores de campo con el control del back-office. Y es que, desde la recepción de pedidos por WhatsApp hasta la entrega final en la calle, se percibe una secuencia bien pensada. Sin embargo, no todo marcha sobre ruedas; de hecho, la fuerte dependencia de herramientas manuales genera tropiezos en las horas pico. Así mismo, aunque la atención al cliente rescata gran parte de la experiencia, urge automatizar el rastreo de rutas para resolver embotellamientos y afianzar, de una vez por todas, un servicio verdaderamente eficiente en Ocaña.

4.2.2 Síntesis de resultado

El análisis descriptivo de los procesos logísticos y administrativos deja en evidencia una estructura operativa funcional pero expuesta a severos cuellos de botella. En el plano administrativo, se percibe una comunicación interna bastante saludable; de hecho, el 70% del personal operativo considera que la relación con las directivas es fluida y facilitadora. Así mismo, la asignación de tareas muestra aceptación en un 70% de la plantilla. Sin embargo, al descender a la logística de campo, la verdad es que surgen incoherencias significativas. La empresa carece de una herramienta tecnológica de geolocalización o zonificación para la ciudad de Ocaña, lo que provoca la improvisación de rutas. A esto se añade que el 40% de los empleados tilda de insuficiente o neutral la capacitación técnica recibida, lo que dificulta la gestión de imprevistos. En la entrevista gerencial se identificó que el colapso en horas pico, el tráfico denso y las demoras de preparación en los restaurantes aliados constituyen los principales generadores de tiempos muertos. Adicionalmente, el 60% de los trabajadores señala que, si bien existe un monitoreo de tareas, las correcciones administrativas tardan en ejecutarse, evidenciando un ritmo de respuesta lento ante las fallas operativas cotidianas de la empresa.

4.3 Proposición de estrategias de mejora orientadas al fortalecimiento del servicio al cliente, a partir de los resultados del diagnóstico situacional y del análisis de los procesos logísticos y administrativos de la empresa VIIIAL.

Con base en los hallazgos del diagnóstico y el análisis operativo, este objetivo formula acciones clave fundamentadas. Su meta es estructurar soluciones prácticas que optimicen la logística, corrijan debilidades y eleven de forma sostenida la satisfacción del cliente final.

Figura 20

La empresa ha demostrado ser receptiva a mis comentarios y sugerencias,implementando mejoras en su servicio

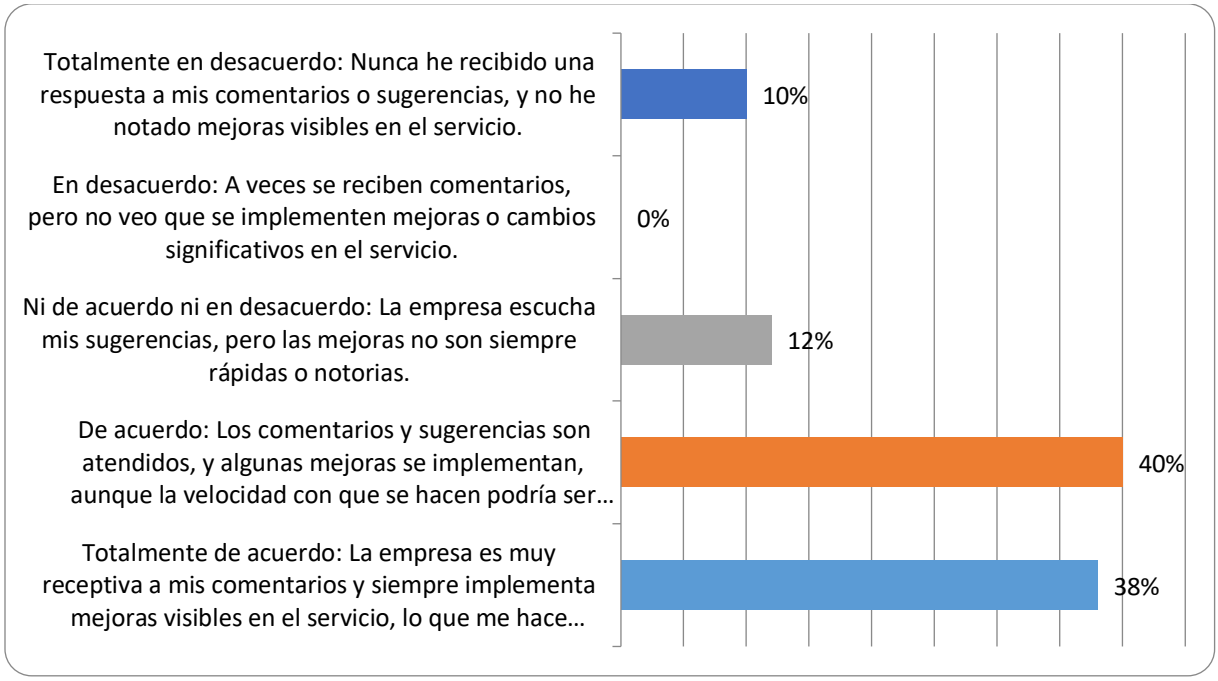


Tabla 22

La empresa ha demostrado ser receptiva a mis comentarios y sugerencias,implementando mejoras en su servicio

Clientes	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
	Totalmente de acuerdo: La empresa es muy receptiva a mis comentarios y siempre implementa mejoras visibles en el servicio, lo que me hace sentir valorado como cliente.	19	38.0%

	De acuerdo: Los comentarios y sugerencias son atendidos, y algunas mejoras se implementan, aunque la velocidad con que se hacen podría ser más rápida.	20	40.0%
Clientes	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: La empresa escucha mis sugerencias, pero las mejoras no son siempre rápidas o notorias.	6	12.0%
	En desacuerdo: A veces se reciben comentarios, pero no veo que se implementen mejoras o cambios significativos en el servicio.	0	0.0%
	Totalmente en desacuerdo: Nunca he recibido una respuesta a mis comentarios o sugerencias, y no he notado mejoras visibles en el servicio.	5	10.0%
	Total	**50**	**100.0%**

La capacidad de escucha institucional marca la pauta para la mejora continua. Según los datos analizados, la percepción es sumamente positiva: el 40,0% (20 clientes) está de acuerdo y el 38,0% (19 personas) se muestra totalmente de acuerdo en que la empresa atiende y procesa sus observaciones. Resulta llamativo que ningún usuario se ubicó en la categoría de desacuerdo, aunque un 10,0% expresó estar totalmente en desacuerdo ante la supuesta falta de respuestas visibles, complementado por un 12,0% neutral. Esto indica que, si bien existen canales de comunicación abiertos, los tiempos de respuesta para materializar los cambios operativos todavía deben optimizarse significativamente.

Figura 21

El servicio ofrecido se adapta a mis necesidades y preferencias de manera personalizada

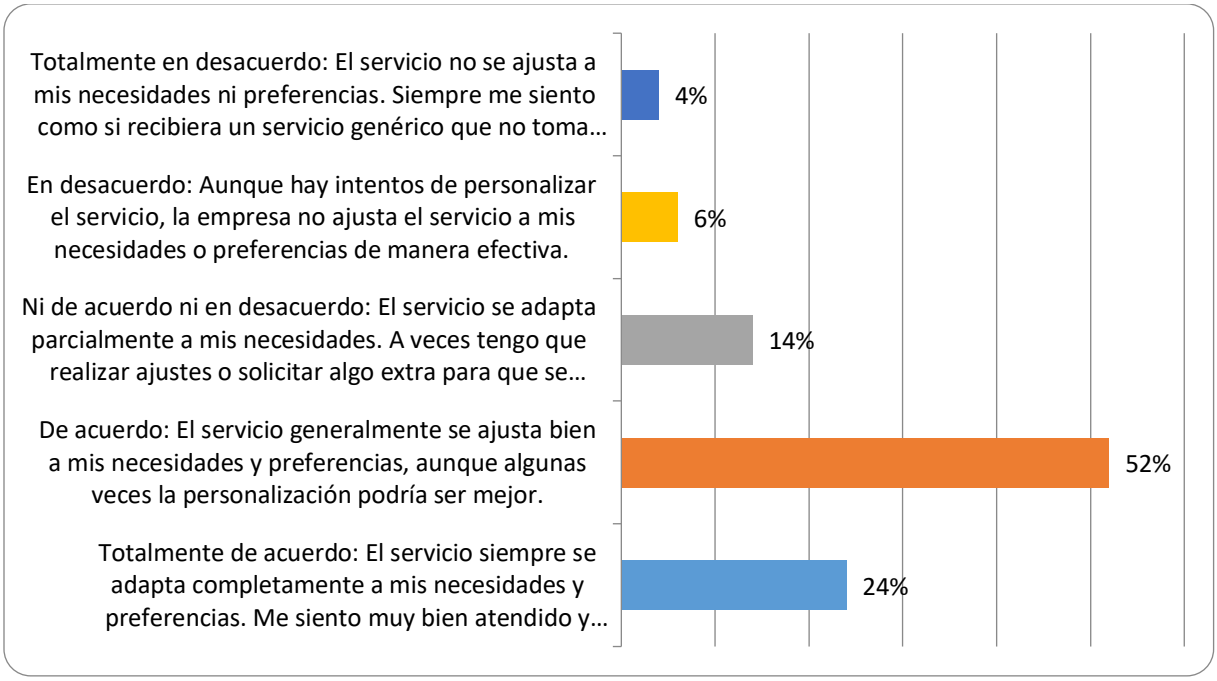


Tabla 23

El servicio ofrecido se adapta a mis necesidades y preferencias de manera personalizada

Clientes	Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Clientes	Totalmente de acuerdo: El servicio siempre se adapta completamente a mis necesidades y preferencias. Me siento muy bien atendido y comprendido por la empresa.	12	24.0%
	De acuerdo: El servicio generalmente se ajusta bien a mis necesidades y preferencias, aunque algunas veces la personalización podría ser mejor.	26	52.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo: El servicio se adapta parcialmente a mis necesidades. A veces tengo que realizar ajustes o solicitar algo extra para que se ajuste a mis preferencias.	7	14.0%
	En desacuerdo: Aunque hay intentos de personalizar el servicio, la	3	6.0%

	empresa no ajusta el servicio a mis necesidades o preferencias de manera efectiva.		
	Totalmente en desacuerdo: El servicio no se ajusta a mis necesidades ni preferencias. Siempre me siento como si recibiera un servicio genérico que no toma en cuenta mis deseos específicos.	2	4.0%
	Total	**50**	**100.0%**

Atender las necesidades particulares de cada usuario fortalece la diferenciación competitiva. En este análisis, el 52,0% de los clientes (26 personas) se manifiesta de acuerdo y el 24,0% (12 usuarios) totalmente de acuerdo, afirmando que el servicio se ajusta adecuadamente a sus requerimientos. Sin embargo, un 10,0% muestra insatisfacción al percibir un trato genérico o poco flexible (6,0% en desacuerdo y 4,0% totalmente en desacuerdo), sumado a un 14,0% neutral. La verdad es que estos datos revelan un margen de mejora importante en los procesos administrativos internos para lograr una personalización más efectiva en la atención cotidiana.

Tabla 24

Plan estrategico de fortalecimiento

Estrategia	Acciones	Responsable	Plazo de ejecución	Indicador
Optimización del Sistema de Seguimiento Logístico y Tiempos de Entrega	• Implementar una herramienta tecnológica o software de geolocalización en tiempo real para el monitoreo de rutas. • Establecer protocolos de notificación automática a los clientes ante cualquier eventualidad o retraso en los despachos.	Departamento de Operaciones y Tecnología	3 meses	• Reducción del 25% en las incidencias por retrasos no notificados. • Aumento del 20% en la percepción de puntualidad medida por encuestas.

	• Realizar un mapeo y zonificación detallada del área urbana de Ocaña para agilizar los tiempos de desplazamiento.			
Estandarización y Mejora Continua de la Atención al Cliente	• Diseñar un manual de protocolos de atención y servicio enfocado en la amabilidad y profesionalismo. • Crear canales directos y ágiles (WhatsApp y registro formal de PQRS) para la gestión oportuna de comentarios. • Implementar encuestas de retroalimentación automatizadas al finalizar cada servicio.	Departamento de Servicio al Cliente y Gerencia	Permanente	• Resolución del 95% de las PQRS en un plazo menor a 24 horas. • Incremento del 15% en la recomendación de los servicios por parte de los clientes.
Fortalecimiento de la Gestión Administrativa y Capacitación del Personal	• Desarrollar programas de capacitación continua orientados a la optimización logística y atención empática. • Definir metas claras de desempeño y realizar seguimiento periódico al personal operativo y administrativo. • Mejorar los canales de comunicación interna entre directivos y colaboradores.	Departamento Administrativo y Recursos Humanos	6 meses	• Capacitación del 100% del personal operativo y administrativo. • Disminución del 20% en errores operativos por deficiente asignación de tareas.
Control de Calidad del Embalaje y Cuidado de Mercancías	• Revisar y actualizar los estándares de empaque exigidos a los comercios aliados para evitar daños físicos. • Establecer inspecciones aleatorias y protocolos de manipulación segura para los domiciliarios. • Sincronizar tiempos de preparación de pedidos con establecimientos	Supervisión Logística y Aliados Comerciales	2 meses	• Reducción del 15% en reclamaciones por productos dañados o mal embalados. • Aumento al 90% en la aceptación de productos en perfectas condiciones.

	aliados para mitigar cuellos de botella.

La verdad es que, tras examinar a fondo el diagnóstico de VIIIAL, el plan de mejora resulta clave; y es que, más allá de proponer simples ajustes, el enfoque acierta al conectar la logística con la satisfacción del usuario. Además, se percibe un rigor metodológico sólido que fortalece la propuesta investigativa. Y es que, al aterrizar las acciones en plazos reales y métricas claras, el estudio deja atrás la teoría para ofrecer una solución verdaderamente aplicable al sector de domicilios.

4.3.2 Síntesis de resultado

Articulando los hallazgos del diagnóstico y el análisis operativo, se estructuró un plan estratégico de fortalecimiento enfocado en cuatro ejes de intervención prioritaria. El primer eje ataca la brecha de puntualidad mediante el rastreo en tiempo real y la zonificación urbana de Ocaña, proyectando reducir los retrasos en un 25%. El segundo eje formaliza la atención al cliente mediante un manual de servicio y la automatización de encuestas tras cada entrega, buscando resolver el 95% de las PQRS en menos de 24 horas. El tercer componente aborda la gestión administrativa con programas de capacitación continua al 100% del personal y el fortalecimiento del equipamiento técnico. Por último, el cuarto pilar establece protocolos de inspección y empaque junto a los restaurantes asociados, estimando disminuir en un 15% las reclamaciones por mercancía dañada. La verdad es que la disposición del entorno es altamente receptiva: un 78% de los clientes reconoce la capacidad de escucha de VIIIAL y un 76% percibe cierta adaptación a sus exigencias. Así pues, esta propuesta convierte los datos en acciones

concretas, ofreciendo a la empresa una hoja de ruta viable para elevar la calidad percibida y asegurar su posicionamiento en el mercado local.

Capítulo 5. Conclusiones

Al integrar los hallazgos del diagnóstico con el análisis de los procesos logísticos, el estudio logró articular un plan estratégico integral estructurado en cuatro ejes prioritarios: optimización de tiempos, estandarización de la atención, fortalecimiento administrativo y control de empaques. La verdad es que las encuestas finales reflejaron una excelente disposición del público, ya que el 78% de los clientes reconoce que VIIIAL escucha sus comentarios, y un 76% percibe que el servicio se adapta a sus necesidades. Sin embargo, persisten fisuras como la entrega de productos dañados o el descuido en los empaques, reportado por un 16% de los usuarios. La formulación de la propuesta demuestra que no basta con implementar cambios aislados; la clave del éxito estratégico radica en conectar la eficiencia interna con métricas de rendimiento claras, tales como la reducción del 25% en retrasos y la resolución del 95% de quejas en menos de 24 horas. En definitiva, la propuesta de mejora se consolida como una hoja de ruta factible, metodológicamente bien sustentada y alineada con las demandas reales del mercado de domicilios en Ocaña.

Capítulo 6. Recomendaciones

Para abordar las debilidades halladas en el diagnóstico, la recomendación principal apunta a blindar la fiabilidad del servicio mediante un sistema preventivo de control de entregas.

La gerencia no puede seguir reaccionando solo cuando el cliente escribe molesto a reclamar; resulta clave estructurar una matriz de seguimiento en tiempo real que alerte cualquier desviación de ruta. Así mismo, conviene diseñar e implementar un manual formal de atención y servicio al cliente para los domiciliarios. Y es que, aunque la amabilidad de la mayoría destaca, existe un 12% de usuarios que reporta tratos lejanos o inadecuados, lo cual demuestra la urgencia de estandarizar el protocolo de entrega. Además, la verdad es que vale la pena formalizar canales digitales de medición continua, como pequeñas encuestas de satisfacción automatizadas de una sola pregunta tras finalizar el servicio. Esto le permitirá a la administración detectar caídas en la calidad de manera inmediata y ajustar los procesos antes de que la confianza del usuario se degrade. En pocas palabras, se sugiere pasar de una gestión informativa tradicional hacia un esquema moderno centrado en la anticipación y la excelencia del servicio al cliente.

Frente a las fricciones operativas detectadas, se recomienda encarar una reingeniería progresiva de los flujos logísticos y administrativos. En primer lugar, es crucial implementar un software o herramienta de geolocalización que facilite la zonificación inteligente del área urbana de Ocaña, permitiendo asignar domiciliarios según la cercanía geográfica y disminuyendo los tiempos de desplazamiento. Así mismo, la administración debe establecer acuerdos de nivel de servicio (SLA) firmes con los comercios asociados; y es que de nada sirve tener un repartidor veloz si la cocina tarda media hora extra en entregar el paquete. Por otra parte, resulta apremiante dotar al equipo de los insumos tecnológicos y materiales indispensables para que no sufran retrasos por fallas de equipo. También se sugiere estructurar un plan continuo de capacitación técnica y práctica que no se quede en charlas esporádicas, sino que aborde el manejo de

imprevistos, el uso de rutas alternas y la gestión del estrés en horas pico. Con estas acciones, la empresa logrará agilizar sus tiempos de respuesta y reducir la fatiga operativa del personal.

Para que la propuesta no se quede en papel mojado, se recomienda a la gerencia de VIIIAL ejecutar el plan estratégico de forma gradual pero rigurosa, asignando presupuestos y responsables directos para cada una de las actividades. En la fase inmediata, es urgente priorizar el control de empaques y la manipulación de mercancías mediante protocolos estrictos exigidos a los comercios aliados. La verdad es que un empaque deficiente echa a perder toda la experiencia del cliente, por muy rápido que llegue el domicilio. Paralelamente, se sugiere instaurar un comité mensual de seguimiento donde se evalúen los indicadores clave de rendimiento (KPI) propuestos, analizando tanto las desviaciones en tiempos de entrega como la satisfacción final del consumidor. Así mismo, conviene dinamizar la comunicación interna entre directivos y trabajadores, retroalimentando al equipo sobre las felicitaciones y quejas recibidas para generar sentido de pertenencia. Si la empresa adopta esta cultura de mejora continua con disciplina, logrará transformar sus actuales cuellos de botella en ventajas competitivas sostenibles que consolidarán su liderazgo en el municipio.

Referencias

Aristizábal Gómez, K., Fuentes Fernández, J., & Martínez Jiménez, M. (2022). Las aplicaciones de domicilios en Colombia de cara a los retos del derecho laboral: un análisis a partir del covid-19. A nivel nacional el servicio de los domicilios: https://repository.usergioarboleda.edu.co/handle/11232/1891

Asamblea Nacional Constituyente. (1991). Artículo 365 Prestación eficiente de los servicios. Diario Oficial No. 53.470. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991_pr012.html

Asamblea Nacional Constituyente. (1991). Artículo 78 Protección al Consumidor. Diario Oficial No. 53.470. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991_pr002.html

Asamblea Nacional Constituyente. (1991). Libertad económica y actividad empresarial. Diario Oficial No. 53.470. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991_pr011.html

Chimborazo Sucuy, M., & Macas Tierra, K. (2021). Plan de mejora para el proceso logístico de la empresa Servientrega – Riobamba, provincia de Chimborazo. Servicio de domicilios en bolivia: http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/15195/1/112T0223.pdf

Congreso de la República de Colombia. (2011). Ley 1480. Diario Oficial No. 53.470.

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html

Congreso de la República de Colombia. (2020). Ley 2069. Diario Oficial No. 53.470. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_2069_2020.html

Feria Ávila, H., Matilla González, L., & Mantecón Licea, J. (2020). "La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica?". Revista Didascalia: Didáctica y Educación. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7692391&utm_source=

Hammer, M., & Champy, J. (1990). Teoría de la Gestión de Procesos. Harvard Business Review. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2733591.pdf

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). Metodología de la Investigación. Sexta Edicción. https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Jaramillo Londoño, J. (2024). Análisis al impacto en la productividad y el flujo de caja de Búrguer Bank tras la incorporación del domiciliario en su operación. Servicio de domicilios en Medellín y sus alrededores: https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/28d7aa9e-fcbf-4317-b19f-772476bc7909/content

Kotler, P., & Armstrong, G. (2000). Teoría de la Satisfacción del Cliente. Prentice-Hall. https://www.redalyc.org/pdf/5116/511651380005.pdf

Likert, R. (1932). Una técnica para la medición de actitudes. Archives of Psychology. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6374359.pdf

Loor Vargas, S., & Bienvenido Loor, P. (2024). El servicio a domicilio y su contribución a la economía de los hogares en la ciudad de. Definición de Servicio de domicilio: file:///C:/Users/Usuario/Downloads/478-495.pdf

Marín García, J., Bautista Poveda, Y., & García Sabater, J. (2014). Etapas en la evolución de la mejora continua. Definición del concepto de Mejora Continua: https://www.redalyc.org/pdf/549/54932488008.pdf

Matsumoto Nishizawa, R. (2014). Modelo Servqual. Universidad Católica Boliviana "San Pablo", Unidad Académica Regional Cochabamba. https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf

Miranda Cruz, M., Romero Flores, M., Chiriboga Zamora, P., Tapia Hermida, L., & Fuentes Gavilánez, L. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing. Definición calidad de servicios: file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-LaCalidadDeLosServiciosYLaSatisfaccionDelClienteEs-8383980.pdf

Morales Muñoz, K., & Abal Medina, P. (2020). Precarización de plataformas: El caso de los repartidores a domicilio en España. Servicio de domicilios en la importancia en las empresas: https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-69242020000100097&script=sci_arttext

Morales Vega, J. (2021). Vacíos normativos en la afiliación a salud y riesgos laborales para teletrabajadores que prestan sus servicios de forma permanente en el exterior a empleadores con domicilio en Colombia. La importancia de los servicios de domicilios en colombia:

https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstreams/8295fec4-28d0-4ce2-b486-c59393203165/download

Muñoz Gualan, A. (2024). Memoria de gestión del servicio de asistencia domiciliaria de urgencia en una empresa privada: análisis de la optimización horaria y coste-efectividad. Servicio de domicilios a nivel internacional en su calidad prestada: https://dspace.umh.es/handle/11000/36972

Ordosgoitia Castro, R., Ayazo González, R., & Atencia Ortega , C. (2020). Análisis de percepción para el montaje de una empresa de servicios domiciliarios en el sector restaurantes de la ciudad de Sincelejo. servicios domiciliarios en el sector restaurantes de la ciudad de Sincelejo: https://repositorio.cecar.edu.co/bitstreams/0ced9c96-5a82-49be-ae61-8ba5c40c3358/download

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. International Journal of Morphology. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci_abstract&utm_source=

Quiroga López, M., González Cardozo, I., Cortés Herrera, I., González Romero, D., & Lozada de Díaz, M. (2020). Condiciones de trabajo de personal domiciliario vinculado a través de plataformas virtuales en la ciudad de Bogotá. Problemática a nivel nacional del servicio de domicilios: https://ejcls.adapt.it/index.php/rlde_adapt/article/view/840/0

Rojas Quinto, A., & Zenozain Cordero, C. (2022). Propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante en Lima Perú. Problemática de una empresa de servicio de domicilios: https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/32659/GESTION_CALIDAD_ROJAS_QUINTO_AMANDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Salcedo Garcés, E. (2022). Estudio de mejora en el servicio de domicilio fiscal en una empresa de coworking en Peru. Servicio a domicilio a nivel Internacional: https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/19686

Valenzuela Salazar, N., Buentello Martínez, C., Gómez, L., & Villareal Sánchez, V. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. Definición de Atención al Cliente: file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-LaAtencionAlClienteElServicioElProductoYElPrecioCo-7828486.pdf

Winslow Taylor, F. (1911). Teoría de Administración Científica. Harper & Brothers, en Nueva York y Londres. https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/30891/Documento_completo.pdf?sequence=1

Zárraga Cano, L., Molina Morejón, V., & Corona Sandoval, E. (2017). La satisfacción de la cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera. Imagen de la satisfacción del cliente: https://recai.uaemex.mx/article/view/9268

Zeithaml, B., & Gremler. (2009). La satisfacción de la cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera. Definición del concepto Satisfacción del Clientes: https://recai.uaemex.mx/article/view/9268/8377

Apéndices

Apéndice A

Encuesta

Universidad Francisco de Paula Santander
Ocaña - Colombia
Vigilada Mineducación

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Programa de la Tecnología en Gestión Comercial y Financiera

Objetivo: Analizar el servicio que presta la empresa de domicilios vial en Ocaña norte de Santander, para mejorar sus procesos logísticos y administrativos.

Encuesta para los trabajadores

1. ¿El proceso de asignación de tareas es claro y bien organizado dentro de la empresa?

- Totalmente en desacuerdo: Las tareas no se asignan de forma clara y a menudo nos quedamos con dudas sobre lo que se espera de nosotros.
- En desacuerdo: Las tareas a veces son poco claras y la organización no es consistente, lo que genera confusión.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: Algunas veces las tareas están claras, pero en ocasiones falta contexto o detalles importantes.
- De acuerdo: En su mayoría, las tareas son claras, aunque en ocasiones podrían especificarse mejor los plazos o prioridades.
- Totalmente de acuerdo: Las tareas están siempre bien asignadas y claras, lo que facilita el trabajo en equipo.

2. ¿Los recursos disponibles en la empresa (tecnología, materiales, tiempo) son suficientes para realizar nuestras tareas de manera eficiente?

- Totalmente en desacuerdo: La falta de recursos, como tecnología y materiales, afecta gravemente nuestra eficiencia y productividad.
- En desacuerdo: A veces nos faltan recursos clave, como equipos adecuados o tiempo suficiente, lo que ralentiza nuestro trabajo.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: Los recursos disponibles son suficientes en la mayoría de los casos, aunque en ocasiones se presentan limitaciones.
- De acuerdo: Los recursos suelen ser adecuados, pero algunas veces se podría mejorar la disponibilidad de materiales o herramientas.
- Totalmente de acuerdo: Siempre contamos con los recursos necesarios, lo que nos permite realizar nuestras tareas de manera eficiente y sin inconvenientes.

3. ¿La capacitación que recibimos para realizar nuestras funciones es adecuada y mejora mi desempeño laboral?

- Totalmente en desacuerdo: La capacitación es insuficiente y no se ajusta a nuestras necesidades reales de trabajo.
- En desacuerdo: Aunque la capacitación es útil, no cubre completamente las áreas necesarias para desempeñar nuestras funciones de manera óptima.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: La capacitación es buena, pero sería ideal que incluyera más sesiones prácticas o actualizaciones continuas.
- De acuerdo: La capacitación que recibimos es adecuada y ha mejorado mi desempeño en muchas áreas del trabajo.

- Totalmente de acuerdo: La capacitación es excelente y me ha permitido mejorar significativamente mi desempeño laboral.

4. ¿La comunicación entre los trabajadores y los directivos es fluida y efectiva, lo que facilita la ejecución de nuestras tareas?

- Totalmente en desacuerdo: La comunicación es muy deficiente y, a menudo, no sabemos lo que se espera de nosotros hasta el último minuto.
- En desacuerdo: La comunicación no es efectiva y falta claridad, lo que a veces retrasa el trabajo.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: La comunicación es adecuada, pero podría mejorar en términos de frecuencia y detalles.
- De acuerdo: La comunicación es generalmente buena, pero a veces no se transmite toda la información necesaria de manera oportuna.
- Totalmente de acuerdo: La comunicación es clara y constante, lo que facilita la ejecución de las tareas y la resolución de problemas.

5. ¿La empresa tiene un enfoque claro y definido sobre cómo mejorar la eficiencia de sus procesos logísticos?

- Totalmente en desacuerdo: No hay un enfoque claro para mejorar la eficiencia. Las acciones parecen improvisadas y no hay un plan estratégico.
- En desacuerdo: Aunque se intentan algunas mejoras, no existe un enfoque claro ni coherente para mejorar la eficiencia logística.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: La empresa tiene algunas ideas, pero la implementación de estas no es siempre eficiente ni bien estructurada.

- De acuerdo: Existe un enfoque general para mejorar la eficiencia logística, aunque en algunos casos la ejecución es más lenta de lo esperado.
- Totalmente de acuerdo: La empresa tiene una estrategia clara y efectiva para mejorar la eficiencia logística, lo que se refleja en procesos más ágiles.

6. ¿Las tareas que realizamos son monitorizadas constantemente para identificar áreas de mejora en los procesos?

- Totalmente en desacuerdo: No hay un seguimiento real de nuestras tareas y no se identifican áreas de mejora en los procesos.
- En desacuerdo: Aunque se monitorean las tareas, el seguimiento no es constante ni se implementan mejoras significativas.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: Hay un seguimiento ocasional, pero podría ser más detallado y frecuente.
- De acuerdo: Se realiza un seguimiento adecuado, pero a veces no se toman acciones inmediatas para mejorar los procesos.
- Totalmente de acuerdo: Las tareas son constantemente monitorizadas, lo que nos ayuda a mejorar continuamente nuestros procesos y eficiencia.

7. ¿La empresa se esfuerza por mejorar la satisfacción del cliente a través de la implementación de nuevas estrategias?

- Totalmente en desacuerdo: La empresa no tiene iniciativas claras para mejorar la satisfacción del cliente, y no se implementan estrategias eficaces.
- En desacuerdo: Aunque se han intentado algunas mejoras, las estrategias para mejorar la satisfacción del cliente no son consistentes ni bien ejecutadas.

- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: La empresa está haciendo esfuerzos por mejorar, pero las estrategias implementadas no siempre tienen un impacto significativo en la satisfacción del cliente.
- De acuerdo: Hay un esfuerzo claro por mejorar la satisfacción del cliente, aunque algunas estrategias podrían implementarse de manera más efectiva.
- Totalmente de acuerdo: La empresa está constantemente mejorando la satisfacción del cliente a través de nuevas estrategias que se implementan de manera efectiva.

8. ¿Considero que la calidad del servicio prestado por la empresa es consistente y confiable para los clientes?

- Totalmente en desacuerdo: La calidad del servicio es inconsistente y no se puede confiar en que el servicio siempre sea el mismo.
- En desacuerdo: Aunque la calidad es aceptable en general, no siempre se puede confiar en que el servicio sea consistente o cumpla con las expectativas.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: La calidad del servicio es generalmente confiable, pero hay ocasiones en las que no cumple completamente con lo prometido.
- De acuerdo: La calidad del servicio es consistente y confiable la mayoría de las veces, aunque pueden ocurrir excepciones.
- Totalmente de acuerdo: El servicio siempre es de alta calidad, y siempre puedo confiar en que será consistente y confiable.

9. ¿Los procesos internos de la empresa están bien organizados, lo que contribuye a una alta eficiencia en el servicio?

- Totalmente en desacuerdo: Los procesos son desorganizados, lo que provoca demoras, errores y una baja eficiencia en el servicio.

- En desacuerdo: Los procesos están mal organizados, lo que crea confusión y afecta la eficiencia operativa.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: Los procesos son generalmente buenos, pero a veces hay áreas que podrían organizarse mejor para mejorar la eficiencia.
- De acuerdo: Los procesos son adecuados y organizados, pero en algunas ocasiones podría haber más coordinación para mejorar la eficiencia.
- Totalmente de acuerdo: Los procesos están bien organizados y contribuyen significativamente a la eficiencia en el servicio.

10. ¿Existen mecanismos adecuados para recibir retroalimentación de los clientes y mejorar nuestros procesos según sus necesidades?

- Totalmente en desacuerdo: No existen mecanismos claros para recibir retroalimentación ni se implementan mejoras basadas en las necesidades del cliente.
- En desacuerdo: Aunque se reciben algunas sugerencias, no siempre se toman en cuenta ni se realizan mejoras basadas en los comentarios de los clientes.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: Hay mecanismos para recibir retroalimentación, pero no siempre se implementan cambios inmediatos ni se mejoran los procesos con base en esa retroalimentación.
- De acuerdo: Existen mecanismos adecuados para recibir retroalimentación, y en su mayoría se aplican mejoras en los procesos, aunque podrían ser más ágiles.
- Totalmente de acuerdo: La empresa tiene sistemas efectivos para recibir retroalimentación, lo que permite mejorar constantemente nuestros procesos según las necesidades del cliente.

Encuesta para Clientes:

1. ¿El servicio de entrega de la empresa es puntual y llega dentro del tiempo estipulado?

- Totalmente en desacuerdo: Mis pedidos siempre llegan tarde y no recibo información sobre los retrasos, lo que afecta mi experiencia.
- En desacuerdo: Aunque algunos pedidos llegan a tiempo, la mayoría de las veces no se cumple con el tiempo prometido y no me avisan de los retrasos.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: Generalmente, los pedidos llegan puntuales, pero he tenido algunas experiencias con retrasos sin aviso previo.
- De acuerdo: La mayoría de los pedidos llegan a tiempo, aunque ocasionalmente hay retrasos pequeños que no afectan mucho mi experiencia.
- Totalmente de acuerdo: Siempre recibo mis pedidos dentro del tiempo estipulado, lo que refleja un compromiso con la puntualidad y la satisfacción del cliente.

2. ¿El personal que me atendió mostró un comportamiento amable y profesional durante el servicio de entrega?

- Totalmente en desacuerdo: El personal fue grosero y poco profesional. No me proporcionaron la atención adecuada ni resolvieron mis dudas.
- En desacuerdo: Aunque fueron educados, no mostraron un alto nivel de profesionalismo ni ofrecieron un trato excepcional durante la entrega.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: El personal fue correcto, pero no se destacó por su amabilidad ni profesionalismo. Fue un trato estándar.
- De acuerdo: El personal fue amable y profesional, pero en algunos casos el trato podría haber sido más cercano o personalizado.

- Totalmente de acuerdo: El personal fue muy profesional y amable, lo que hizo que mi experiencia fuera mucho más agradable.

3. ¿El estado de los productos entregados es siempre satisfactorio y sin daños?

- Totalmente en desacuerdo: Siempre recibo los productos dañados, lo que genera mucha insatisfacción y me obliga a realizar reclamaciones.
- En desacuerdo: He recibido productos dañados en varias ocasiones, lo que afecta mi confianza en la empresa.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: La mayoría de los productos llegan bien, aunque en algunas ocasiones he notado pequeños daños o deficiencias.
- De acuerdo: Generalmente, los productos llegan en buenas condiciones, aunque algunas veces podría mejorarse el embalaje para evitar daños.
- Totalmente de acuerdo: Siempre recibo mis productos en perfectas condiciones. El embalaje es adecuado y el cuidado es evidente.

4. ¿La empresa me ha ofrecido un servicio confiable y consistente a lo largo del tiempo?

- Totalmente en desacuerdo: El servicio es inconsistente, y en múltiples ocasiones he tenido problemas con mis pedidos, lo que me ha hecho dudar de la fiabilidad de la empresa.
- En desacuerdo: El servicio no es totalmente confiable. A veces hay retrasos o problemas con los productos entregados, lo que afecta mi confianza en la empresa.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: El servicio ha sido confiable en su mayoría, pero de vez en cuando han surgido problemas menores que me hacen cuestionar la consistencia del servicio.
- De acuerdo: El servicio ha sido confiable la mayoría del tiempo, aunque algunas ocasiones he tenido problemas pequeños que se resolvieron rápidamente.

- Totalmente de acuerdo: El servicio siempre ha sido confiable y consistente. Puedo contar con la empresa para recibir mis pedidos a tiempo y en las condiciones esperadas.

5. ¿La empresa ha demostrado ser receptiva a mis comentarios y sugerencias, implementando mejoras en su servicio?

- Totalmente en desacuerdo: Nunca he recibido una respuesta a mis comentarios o sugerencias, y no he notado mejoras visibles en el servicio.
- En desacuerdo: A veces se reciben comentarios, pero no veo que se implementen mejoras o cambios significativos en el servicio.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: La empresa escucha mis sugerencias, pero las mejoras no son siempre rápidas o notorias.
- De acuerdo: Los comentarios y sugerencias son atendidos, y algunas mejoras se implementan, aunque la velocidad con que se hacen podría ser más rápida.
- Totalmente de acuerdo: La empresa es muy receptiva a mis comentarios y siempre implementa mejoras visibles en el servicio, lo que me hace sentir valorado como cliente.

6. ¿Los precios de los productos o servicios ofrecidos por la empresa son razonables y corresponden a la calidad brindada?

- Totalmente en desacuerdo: Los precios son excesivos y no corresponden a la calidad del servicio ni de los productos ofrecidos.
- En desacuerdo: Los precios son altos en comparación con lo que recibo, y a veces no justifican la calidad del servicio o los productos.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: Los precios son razonables, pero podría haber más consistencia en la calidad para que el valor que pago se refleje completamente en el servicio recibido.

- De acuerdo: Los precios son justos en relación con la calidad del servicio. Me siento satisfecho con lo que pago por lo que recibo.
- Totalmente de acuerdo: Los precios son muy razonables y reflejan la calidad del servicio. Siento que recibo un buen valor por mi dinero.

7. ¿La empresa utiliza tecnología moderna para facilitar el proceso de pedido y entrega, lo que mejora mi experiencia como cliente?

- Totalmente en desacuerdo: La empresa no utiliza tecnología moderna. El proceso de pedido es complicado y lento, lo que dificulta mi experiencia como cliente.
- En desacuerdo: Aunque la empresa utiliza algo de tecnología, la experiencia de usuario es anticuada, y a veces la tecnología falla, lo que genera inconvenientes.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: El proceso de pedido es fácil, pero a veces la tecnología no funciona correctamente o tiene fallos que afectan la experiencia.
- De acuerdo: El uso de tecnología es adecuado y mejora mi experiencia, aunque en algunos casos la interfaz podría ser más intuitiva o moderna.
- Totalmente de acuerdo: La tecnología utilizada es excelente. Facilita todo el proceso de pedido y entrega, lo que hace que mi experiencia como cliente sea mucho más agradable.

8. ¿El servicio ofrecido se adapta a mis necesidades y preferencias de manera personalizada?

- Totalmente en desacuerdo: El servicio no se ajusta a mis necesidades ni preferencias. Siempre me siento como si recibiera un servicio genérico que no toma en cuenta mis deseos específicos.
- En desacuerdo: Aunque hay intentos de personalizar el servicio, la empresa no ajusta el servicio a mis necesidades o preferencias de manera efectiva.

- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: El servicio se adapta parcialmente a mis necesidades. A veces tengo que realizar ajustes o solicitar algo extra para que se ajuste a mis preferencias.
- De acuerdo: El servicio generalmente se ajusta bien a mis necesidades y preferencias, aunque algunas veces la personalización podría ser mejor.
- Totalmente de acuerdo: El servicio siempre se adapta completamente a mis necesidades y preferencias. Me siento muy bien atendido y comprendido por la empresa.

9. ¿La empresa me proporciona la información necesaria sobre el estado de mi pedido, manteniéndome informado en todo momento?

- Totalmente en desacuerdo: Nunca recibo información sobre el estado de mi pedido. Siempre tengo que buscar información por mi cuenta, lo que genera frustración.
- En desacuerdo: A veces recibo información, pero no es suficiente ni oportuna. Me gustaría tener más detalles sobre el estado de mi pedido en tiempo real.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: La información sobre el estado de mi pedido es adecuada, pero algunas veces me falta mayor claridad o actualizaciones en tiempo real.
- De acuerdo: Generalmente, recibo la información necesaria sobre el estado de mi pedido y las actualizaciones son claras y precisas.
- Totalmente de acuerdo: Siempre recibo información detallada y oportuna sobre el estado de mi pedido, lo que me mantiene tranquilo y confiado durante el proceso.

10. ¿La calidad del servicio que recibo de la empresa supera mis expectativas y me motiva a seguir utilizando sus servicios?

- Totalmente en desacuerdo: El servicio ha sido tan malo que no quiero volver a utilizarlo. No cumple con ninguna de mis expectativas y no me da confianza.

- En desacuerdo: El servicio no ha sido tan malo, pero no supera mis expectativas. No me motiva a seguir usando la empresa a largo plazo.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo: El servicio ha sido adecuado, pero no me ha sorprendido positivamente. Aunque no tengo quejas, tampoco me siento completamente motivado para seguir utilizando sus servicios.
- De acuerdo: La calidad del servicio ha sido buena y supera algunas de mis expectativas. Me motiva a seguir usando los servicios, pero podría mejorar algunos aspectos.
- Totalmente de acuerdo: El servicio ha superado ampliamente mis expectativas. Me siento tan satisfecho con la calidad que seguiré utilizando sus servicios y los recomendaré.

Apéndice B

Entrevista

Entrevista al gerente de la empresa

1. ¿Cómo definirías la estrategia de la empresa para mejorar la eficiencia de los procesos logísticos y administrativos?

Nuestra estrategia se basa en brindar un servicio ágil, confiable y oportuno. Para ello organizamos las rutas de los domiciliarios de acuerdo con la ubicación de los pedidos, mantenemos una comunicación constante con los clientes y los comercios aliados a través de WhatsApp y realizamos seguimiento a cada solicitud hasta su entrega. En la parte administrativa llevamos un control diario de los pedidos, tiempos de entrega, ingresos y novedades, lo que nos

permite identificar oportunidades de mejora y tomar decisiones que aumenten la eficiencia del servicio.

2. ¿Qué mecanismos considera la empresa para monitorear y evaluar la satisfacción del cliente, y cómo los implementa para generar mejoras en el servicio?

La empresa realiza seguimiento a la satisfacción del cliente mediante la retroalimentación recibida por WhatsApp, llamadas telefónicas y comentarios después de cada servicio. También se registran las quejas, sugerencias y felicitaciones para analizar las causas de los inconvenientes y establecer acciones correctivas. Esta información nos permite mejorar los tiempos de respuesta, fortalecer la atención al cliente y garantizar un servicio de mayor calidad.

3. Según su experiencia, ¿cuáles son los principales cuellos de botella que enfrenta la empresa en sus procesos logísticos y cómo está trabajando para resolverlos?

Los principales inconvenientes son el alto volumen de pedidos en horas pico, las condiciones del tráfico, las dificultades para ubicar algunas direcciones y los retrasos ocasionados por algunos establecimientos comerciales. Para reducir estos problemas organizamos mejor las rutas, mantenemos comunicación permanente con los domiciliarios y los clientes, confirmamos la información antes de iniciar el servicio y distribuimos los pedidos de acuerdo con la disponibilidad de cada domiciliario.

4. ¿Qué métodos utiliza la empresa para medir la fiabilidad y consistencia del servicio que ofrece, y cómo se asegura de que estas métricas sean aplicadas de manera efectiva en las operaciones diarias?

Evaluamos el cumplimiento de los tiempos de entrega, el porcentaje de pedidos entregados correctamente, el número de reclamaciones y el nivel de satisfacción del cliente. Estos indicadores son revisados periódicamente para verificar el desempeño del servicio. Cuando se identifican fallas, se implementan acciones de mejora, se hace seguimiento a los resultados y se ajustan los procesos para garantizar un servicio confiable y consistente.

5. ¿Cómo evalúa la empresa la capacitación y el desarrollo del personal en relación con los procesos logísticos y la satisfacción del cliente?

La empresa considera que la capacitación es fundamental para mantener un servicio de calidad. Periódicamente se brindan orientaciones sobre atención al cliente, manejo adecuado de los pedidos, cumplimiento de los tiempos de entrega y uso de los canales de comunicación. El desempeño del personal se evalúa mediante el cumplimiento de los tiempos de entrega, la responsabilidad en el servicio y la opinión de los clientes. Con base en estos resultados se refuerzan los aspectos que requieren mejora para fortalecer el desempeño del equipo y aumentar la satisfacción de los usuarios.