



Revista de Ciencias Sociales

Depósito legal ppi 201502ZU4662
Esta publicación científica en formato
digital es continuidad de la revista impresa
Depósito Legal: pp 197402ZU789
• ISSN: 1315-9518 • ISSN-E: 2477-9431

Universidad del Zulia. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Vol. XXXII, No. ESPECIAL 13 **Enero-Junio 2026**

Revista de Ciencias Sociales

Esta publicación científica en formato
digital es continuidad de la revista impresa
Depósito Legal: pp 197402ZU789
ISSN: 1315-9518

Eficiencia económica de la distribución logística y su efecto en la satisfacción del cliente en Quevedo-Ecuador

Jiménez Hidalgo, Gary Fernando*
Tachong Alencastro, Laura Eugenia**
Calero Lara, Magali Giocanda***
Ube Cabrera, Emily Dayana****

Resumen

La investigación tuvo como propósito analizar la distribución logística y su influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa “Distribuidora UB” del cantón Quevedo-Ecuador. Esta organización enfrenta deficiencias en manejo de inventarios, ausencia de transporte con cadena de frío, entre otros factores, que reducen la competitividad y generan inconformidades del servicio. Para abordar la problemática, se aplicó un diseño de investigación no experimental, correlacional, con enfoque cuantitativo y métodos descriptivos y analíticos. La recolección de información incluyó una encuesta estructurada a 118 clientes, encuesta aplicada al personal de la empresa, entrevista semiestructurada al gerente y el análisis de flujogramas de procesos y procedimientos. Los resultados muestran que el 84,7% de los clientes manifestó estar satisfecho o muy satisfecho con la calidad de los productos y el trato del personal; mientras que el 79,6% reconoció cumplimiento en los tiempos de entrega. Sin embargo, un 44% de los reclamos estuvo relacionado con fallas logísticas, principalmente por la falta de transporte adecuado y errores en la preparación de pedidos. El análisis de correlación de Pearson evidenció asociaciones significativas entre la calidad del producto, trato del personal y control de caducidad, confirmando que estos elementos inciden directamente en la satisfacción del cliente.

Palabras clave: Eficiencia económica; distribución logística; satisfacción del cliente; cadena de frío; control de calidad.

* Magíster en Finanzas y Economía Empresarial. Economista. Docente Investigador en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Quevedo, Los Ríos, Ecuador. E-mail: gary.jimenezh@ug.edu.ec ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9988-0164>

** Magíster en Dirección de Empresas. Ingeniera en Gestión Empresarial. Docente Investigadora en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Quevedo, Los Ríos, Ecuador. E-mail: ltachong@uteq.edu.ec ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6131-1863>

*** Magíster en Administración de Empresas. Ingeniera en Administración de Empresas Agropecuarias. Docente Investigadora en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Quevedo, Los Ríos, Ecuador. E-mail: mcalero@uteq.edu.ec ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7394-9469>

**** Estudiante de Administración de Empresas e Investigadora en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Quevedo, Los Ríos, Ecuador. E-mail: ubec@uteq.edu.ec ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-6391-2613>

Economic efficiency of logistics distribution and its effect on customer satisfaction in Quevedo, Ecuador

Abstract

The purpose of this research was to analyze the logistics distribution and its influence on customer satisfaction at the company “Distribuidora UB” in the canton of Quevedo, Ecuador. This organization faces deficiencies in inventory management, a lack of refrigerated transport, and other factors that reduce competitiveness and generate service dissatisfaction. To address the problem, a non-experimental, correlational research design with a quantitative approach and descriptive and analytical methods was applied. Data collection included a structured survey of 118 customers, a survey administered to company personnel, a semi-structured interview with the manager, and the analysis of process and procedure flowcharts. The results show that 84.7% of customers expressed satisfaction or high satisfaction with product quality and staff service, while 79.6% acknowledged on-time delivery. However, 44% of complaints were related to logistical failures, mainly due to a lack of adequate transport and errors in order preparation. Pearson’s correlation analysis revealed significant associations between product quality, staff treatment, and expiration date control, confirming that these elements directly impact customer satisfaction.

Keywords: Economic efficiency; logistics distribution; customer satisfaction; cold chain; quality control.

Introducción

En el cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, en Ecuador, situaciones como deficiencias en manejo de inventarios, ausencia de transporte con cadena de frío, entre otros factores, también se hacen evidentes, reduciendo la competitividad y generando inconformidades del servicio, incidiendo en la satisfacción del cliente. En este contexto, la “Distribuidora UB”, dedicada a la venta de productos alimenticios perecibles, presenta varios problemas en su sistema logístico. Opera bajo un modelo de autoventa sin planificación previa, lo que genera entregas desordenadas, productos faltantes y clientes insatisfechos.

Además, no existe una persona que gestione de forma exclusiva las actividades de logísticas, puesto que este problema aumenta su gravedad cuando los productos llegan con fechas de caducidad cortas, y no pueden ser entregados con la anticipación necesaria a los clientes, quienes exigen un margen mínimo de 25 a 30 días para su comercialización y mencionando que el proceso de separación de mercadería no sigue un orden sistemático,

por no trabajar con órdenes de pedido claras, lo que conlleva errores frecuentes y que sus entregas sean incompletas.

Asimismo, la empresa no cuenta con un *software* especializado que permita gestionar de manera ordenada los pedidos, la facturación y el inventario, dificultando la administración de productos con múltiples presentaciones. Otro factor es la inexistencia de un vehículo con cadena de frío, lo que pone en riesgo la conservación de los productos perecibles durante su traslado. La falta de seguimiento a la satisfacción del cliente impide obtener información valiosa que le permita mejorar la satisfacción de los consumidores. La suma de estos factores genera una percepción negativa del servicio, afecta la fidelización del cliente y reduce la competitividad de la empresa en el mercado.

Desde una perspectiva de causa-efecto, la falta de tecnologías de información eficientes en la logística limita la capacidad de la empresa para responder de manera ágil a las demandas del mercado (Cedillo et al., 2020; Del-Castillo, 2023). Como consecuencia, la fidelización de los consumidores se ve

comprometida (Pierrend, 2020; Pérez et al., 2024; Bocanegra, 2024), lo que reduce el volumen de ventas y pone en riesgo la sostenibilidad de la distribuidora a largo plazo. Por lo antes expuesto, la investigación tuvo como propósito analizar la distribución logística y su influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa “Distribuidora UB” del cantón Quevedo-Ecuador.

1. Metodología

1.1. Tipo y enfoque de la investigación

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, puesto que permitió recolectar y analizar datos numéricos relacionados con los procesos de distribución logística y su relación con la satisfacción del cliente. Este enfoque facilitó la identificación de patrones y tendencias entre las variables estudiadas. El estudio tuvo un alcance descriptivo, debido a que se orientó a caracterizar las condiciones actuales del proceso logístico de la empresa, sin manipular las variables, observando su influencia en la satisfacción del cliente.

De igual manera, se adoptó un enfoque correlacional, dado que se buscó establecer el grado de relación existente entre la distribución logística y la satisfacción del cliente, sin intervenir directamente en los procesos operativos. Asimismo, la investigación siguió un enfoque deductivo, partiendo de principios teóricos generales relacionados con la logística y la satisfacción del cliente, los cuales fueron contrastados con la realidad observada en la empresa objeto de estudio.

1.2. Métodos de investigación

Se aplicó el método deductivo con el propósito de contrastar los fundamentos teóricos sobre distribución logística y satisfacción del cliente con la situación real de la empresa, permitiendo verificar la relación entre ambas variables a partir del análisis de

los datos obtenidos.

El método analítico permitió descomponer el proceso logístico en sus componentes esenciales, examinando aspectos como la recepción y verificación de mercancías, almacenamiento, control de inventarios, conservación de productos y distribución hacia el cliente final (Mora, 2016; Mora et al., 2024). Este análisis facilitó la identificación de problemas específicos y de los factores con mayor incidencia en el desempeño logístico (Asturias Corporación Universitaria, 2021, Basconsuelos, 2024). El método descriptivo, se empleó para caracterizar de manera objetiva las condiciones logísticas y los niveles de satisfacción del cliente tal como se presentaban en la empresa, proporcionando una visión clara y documentada de la situación actual.

1.3. Fuentes de recopilación de información

Se utilizaron fuentes primarias y secundarias. Las fuentes primarias, incluyeron encuestas dirigidas a clientes y empleados, además de una entrevista semiestructurada aplicada al gerente de la empresa, lo que permitió obtener información directa sobre los procesos logísticos y la percepción de la satisfacción del cliente. Las fuentes secundarias, estuvieron conformadas por libros, artículos científicos y documentos académicos relacionados con logística, distribución y satisfacción del cliente, los cuales sirvieron de respaldo teórico y conceptual para el desarrollo del estudio.

1.4. Diseño de la investigación

El estudio adoptó un diseño no experimental de tipo correlacional, debido a que las variables “distribución logística” y “satisfacción del cliente” no fueron manipuladas, sino observadas en su contexto real. Bajo este diseño se analizó la relación existente entre ambas variables dentro de la distribuidora “UB”. Desde el enfoque cualitativo, se realizó una entrevista

semiestructurada al gerente de la empresa, compuesta por diez preguntas abiertas, orientadas a identificar aspectos relacionados con los tiempos de despacho, recepción y conservación de la mercancía, gestión de inventarios, planificación de rutas y condiciones del transporte.

Desde el enfoque cuantitativo, se aplicaron dos encuestas estructuradas con escala de *Likert*. La primera, fue dirigida a los empleados e incluyó diez preguntas cerradas orientadas a evaluar la planificación de rutas, organización de la bodega, estado del transporte, capacitación y uso de herramientas tecnológicas. La segunda encuesta, fue aplicada a los clientes y constó de diez preguntas cerradas que evaluaron tiempos de entrega, disponibilidad de productos, calidad del servicio, atención del personal y claridad en la facturación.

1.5. Población

La población del estudio estuvo conformada por los 118 clientes registrados en la base de datos de la distribuidora “UB”. Debido a que el número de clientes fue accesible, se decidió trabajar con la totalidad de la población, sin realizar un cálculo muestral, lo que permitió obtener información representativa y confiable. También participaron la totalidad de los empleados de la empresa y el gerente, quienes aportaron información relevante para el análisis de los procesos logísticos.

1.6. Instrumentos de investigación

Se emplearon dos encuestas estructuradas con preguntas cerradas, aplicadas mediante la herramienta *Google Forms*. La encuesta dirigida a los empleados utilizó una escala de *Likert* de cinco niveles (1 = Nunca a 5 = Siempre); mientras que la encuesta aplicada a los clientes, empleó una escala

de satisfacción de cinco niveles (1 = Nada satisfecho a 5 = Muy satisfecho). Además, se aplicó una entrevista semiestructurada al gerente de la empresa.

1.7. Tratamiento de los datos

Los datos obtenidos mediante las encuestas fueron organizados, codificados y analizados utilizando el *software* estadístico SPSS, lo que permitió calcular frecuencias, porcentajes, promedios y aplicar análisis de correlación. Los resultados se presentaron en tablas y gráficos para facilitar su interpretación. La información cualitativa obtenida de las entrevistas fue examinada mediante análisis de contenido, identificando categorías relevantes que complementaron los resultados cuantitativos.

2. Resultados y discusión

2.1. Distribución logística: Situación actual

Para alcanzar este objetivo se aplicaron diferentes técnicas de recolección de información. En primer lugar, se realizó una entrevista semiestructurada al gerente de la empresa con el fin de obtener una visión general de los procesos de distribución, abastecimiento, control de inventarios, transporte y atención al cliente. Posteriormente, se aplicaron encuestas dirigidas a los empleados, mediante una escala tipo *Likert*, que permitieron identificar percepciones sobre planificación de rutas, organización de bodega, comunicación interna y manejo de herramientas tecnológicas. Además, se llevó a cabo un análisis del entorno a través de la herramienta PESTEL, complementado con el FODA, a fin de reconocer tanto los factores internos como los externos que inciden en el desempeño logístico.

a. Entrevista aplicada al gerente de la empresa “Distribuidora UB” resultados de la entrevista realizada al gerente de la empresa sobre la situación actual de los procesos y procedimientos logísticos.

En el Cuadro 1, se muestran los

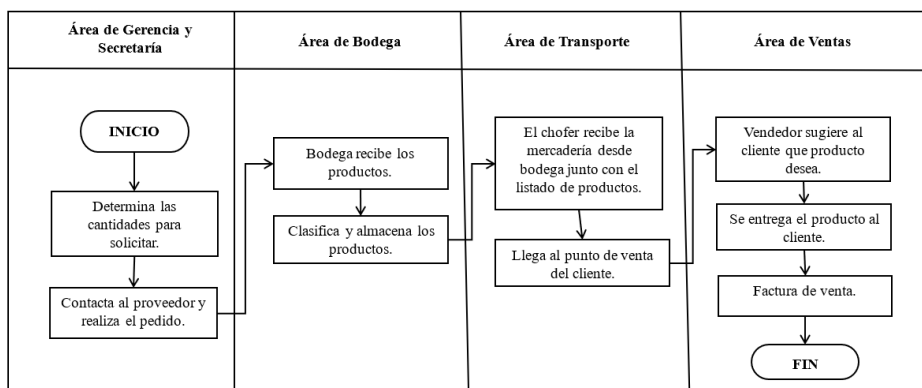
Cuadro 1
Entrevista a el gerente de la “Distribuidora UB”

Preguntas	Respuestas	Interpretación
Planificación		
1. ¿Cómo describiría el proceso actual de distribución de los productos?	Ajustable al sistema y con apertura de cambios.	El gerente indica que el proceso actual es flexible y susceptible a modificaciones. Esto evidencia que la empresa posee capacidad de adaptación ante cambios en la demanda.
Control		
2. Usted considera que el transporte que utiliza es el adecuado para la distribución de los productos.	En la actualidad no, pero sé está realizando programación para poder equiparar adecuadamente el transporte y mantener la cadena de frío.	El principal reto que señala el gerente es que no cuentan con un transporte adecuado para la distribución de los productos, tiene expectativa a futuro tener la correcta conservación de los productos, lo que requiere infraestructura óptima y control riguroso de temperatura para prevenir pérdidas.
Integración		
3. ¿Qué tipo de herramientas tecnológicas o software utilizan para apoyar los procesos logísticos?	Se utiliza full facturación, sistema de facturación con lector de barra.	El uso de herramientas tecnológicas se limita al área de facturación, sin una solución para la gestión logística. Esto limita la eficiencia en el seguimiento de inventario.
Control		
4. ¿Qué acciones se toman cuando un cliente recibe productos en mal estado o fuera del rango de refrigeración?	Los productos en mal estado no son entregados ya que estos retornarán a la bodega para solicitar N/E con el fabricante.	La empresa aplica un control de calidad final antes de la entrega, lo que reduce reclamos. Sin embargo, la respuesta rápida, enfocada en la devolución y no en la prevención del problema.
Control		
5. ¿Qué tipo de seguimiento realiza la empresa sobre la satisfacción del cliente después de cada entrega?	Se realiza un sondeo aleatorio mediante el vendedor indagando sobre la calidad del producto y referencia.	El seguimiento es informal, lo que dificulta obtener datos completos sobre la satisfacción del cliente. La implementación de encuestas estructuradas podría mejorar la retroalimentación.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

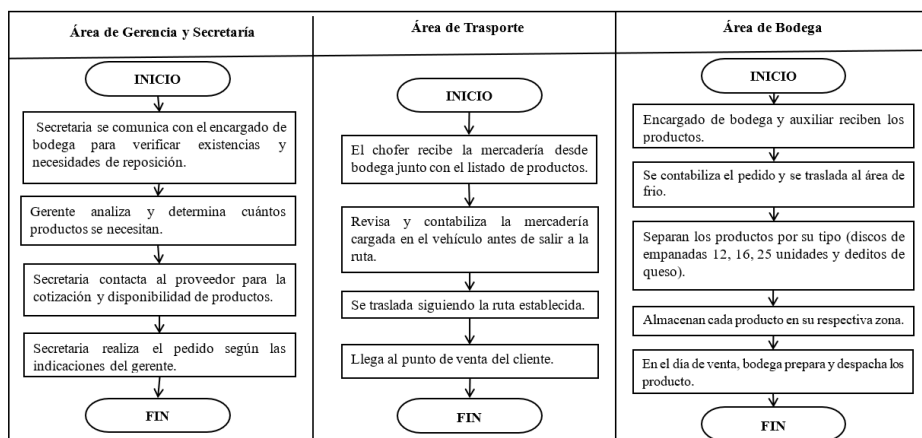
En la Figura I, se muestra el flujograma de los procesos, en el cual se puede observar el proceso general que sigue la empresa desde la planificación y solicitud de productos al proveedor hasta la entrega final al cliente; mientras que en la Figura II, referida al

flujograma de los procedimientos, representa el recorrido que realiza el producto desde la bodega hasta los puntos de venta, destacando las etapas de verificación, carga, traslado y entrega de la empresa “Distribuidora UB”.



Fuente: Elaboración propia, 2026.

Figura I: Flujograma de los procesos de la “Distribuidora UB”

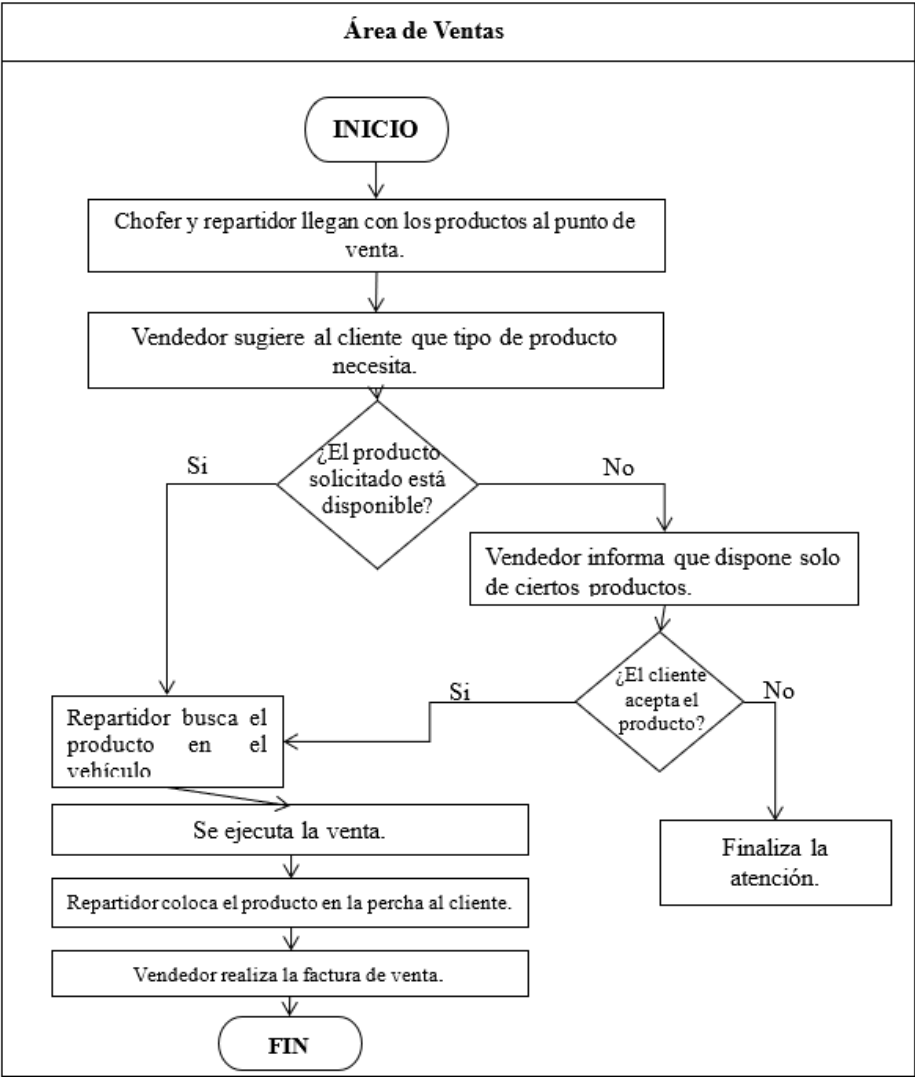


Fuente: Elaboración propia, 2026.

Figura II: Flujograma del procedimiento de la “Distribuidora UB”

De igual manera, en la Figura III se detalla el procedimiento de venta directa en los puntos de entrega mediante el sistema

de autoventa, que se realiza en la empresa “Distribuidora UB”.



Fuente: Elaboración propia, 2026.

Figura III: Procedimiento del área de ventas de la “Distribuidora UB”

La entrevista aplicada al gerente de la Distribuidora UB permitió identificar aspectos clave sobre la gestión actual de los procesos logísticos. Se evidenció que el sistema de distribución es flexible y susceptible a cambios,

lo que representa una fortaleza en cuanto a capacidad de adaptación a las variaciones de la demanda. Sin embargo, esta flexibilidad carece de un sustento estructurado, pues los procesos de planificación no se apoyan en

herramientas tecnológicas modernas, sino en registros manuales y decisiones gerenciales, lo que incrementa el riesgo de errores y reduce la eficiencia.

El control de inventarios, se realiza de manera manual mediante hojas de carga y conteos físicos, lo cual permite cierto seguimiento, pero limita la precisión y retrasa la gestión; al respecto, Chachalo y Valencia (2025) consideran significativo que la gestión de inventarios en la empresa aplique herramientas innovadoras; agregando un valor que marca la diferencia con respecto a la competencia (Corella-Parra y Olea-Miranda, 2023). Además, la empresa no cuenta con un vehículo con cadena de frío, lo que afecta la conservación de los productos congelados y puede ocasionar reclamos o pérdidas. En cuanto al control de calidad, se comprobó que los productos dañados son devueltos antes de la entrega, pero no existen acciones preventivas que eviten que los problemas se repitan.

Al analizar los flujogramas, se observó que los procesos de la empresa siguen una secuencia lógica, pero todavía dependen mucho de la comunicación directa entre las áreas. El proceso inicia con la revisión de inventarios por parte de gerencia y secretaría, continúa con la recepción y almacenamiento en bodega, y finaliza con la entrega al cliente por parte del chofer y el vendedor. Aunque cada área cumple su función, no existe una conexión fluida ni un control automatizado que asegure la coordinación entre ellas, tal como lo sugieren Arango et al. (2017); y Carrillo et al. (2020), lo cual permitirá incrementar su economía y competitividad.

En el flujograma de transporte, se aprecia

que el chofer y el repartidor siguen rutas establecidas, pero no cuentan con equipos de refrigeración que garanticen el mantenimiento de la cadena de frío. En ese sentido, Arango et al. (2017), evidencian en su investigación que el transporte representa una de las actividades clave para cuatro áreas fundamentales en toda empresa como es la gerencia, el soporte administrativo, las operaciones de logística, así como en el uso de tecnología de procesos.

Por su parte, en el flujograma de ventas, el vendedor ofrece los productos directamente en el punto de venta, lo que confirma que la empresa trabaja bajo un sistema de autoventa. En general, tanto la entrevista como los flujogramas muestran que la empresa tiene una estructura operativa funcional, pero con falencias en la planificación, la coordinación interna y el control tecnológico.

b. Encuesta aplicada a los empleados de la “Distribuidora UB”

Los resultados de la Tabla 1, muestran que un 77,8% de los encuestados evalúa positivamente la comunicación entre bodega y ventas, destacando que es a menudo o siempre efectiva. Este porcentaje evidencia que la mayoría de los trabajadores perciben un flujo de información adecuado que facilita la coordinación de las actividades logísticas. Sin embargo, un 22,2% manifestó que la comunicación nunca o rara vez es efectiva, lo que refleja deficiencias que podrían generar errores en la distribución o retrasos en los procesos.

Tabla 1
Comunicación entre la bodega y el personal de ventas para una coordinación efectiva

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	1	11,1	11,1	11,1
RARAMENTE	1	11,1	11,1	22,2
A MENUDO	2	22,2	22,2	44,4
SIEMPRE	5	55,6	55,6	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Licencia de Creative Commons

Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>

En la Tabla 2, se muestra que el 77,7% de los encuestados percibe que la organización en la bodega es positiva, puesto que afirmaron que siempre o a menudo la mercadería se encuentra ordenada de manera adecuada. Esto refleja un manejo logístico eficiente que facilita la preparación de los pedidos y contribuye a la rapidez en las entregas. Sin embargo, un 22,2% señaló que rara vez se cumple con este orden, lo que indica que existen momentos en los que la gestión del inventario no es óptima y podría ocasionar retrasos o confusiones.

Tabla 2
Organización de la mercadería en bodega para facilitar las entregas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
RARAMENTE	2	22,2	22,2	22,2
A MENUDO	3	33,3	33,3	55,6
SIEMPRE	4	44,4	44,4	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2026.

En la Tabla 3, se puede evidenciar que un 66,7% de los encuestados valoró positivamente el estado de los transportes, señalando que siempre o a menudo cumplen con la función de conservar adecuadamente los productos durante el traslado. Este resultado evidencia que la infraestructura de transporte es percibida como adecuada por la mayoría del personal. Sin embargo, un 22,2% indicó que nunca o rara vez el transporte garantiza la conservación, lo que revela fallas importantes en ciertos casos. Un 11,1% se mantuvo neutral al responder “a veces”, lo que muestra que existen dudas en cuanto a la uniformidad del desempeño de los vehículos.

Tabla 3
Estado del transporte utilizado para garantizar la conservación de los productos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	1	11,1	11,1	11,1
RARAMENTE	1	11,1	11,1	22,2
A VECES	1	11,1	11,1	33,3
A MENUDO	1	11,1	11,1	44,4
SIEMPRE	5	55,6	55,6	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2026.

La mayoría de los encuestados, equivalente al 66,7%, respondió de forma positiva indicando que a menudo o siempre es necesario mejorar las herramientas tecnológicas utilizadas (ver Tabla 4). Este resultado refleja un consenso en que la infraestructura actual presenta limitaciones que afectan la eficiencia logística. Un 22,2% se mantuvo en una posición neutral, manifestando que solo a veces es necesaria dicha actualización, lo que sugiere que perciben carencias puntuales, pero no permanentes. Por su parte, un 11,1% señaló que nunca se requiere modernizar las herramientas, lo que indica que existe un pequeño grupo que considera suficiente el sistema actual.

Tabla 4
Necesidad de mejorar o actualizar herramientas tecnológicas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	1	11,1	11,1	11,1
A VECES	2	22,2	22,2	33,3
A MENUDO	1	11,1	11,1	44,4
SIEMPRE	5	55,6	55,6	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2026.

En la Tabla 5, se observa que el 55,5% de los encuestados respondió de forma negativa indicando que nunca o rara vez ocurren devoluciones por mal estado, lo que refleja un buen control de calidad en la mayoría de los casos. Sin embargo, un 44,4% de los

participantes se mantuvo en una posición neutral al manifestar que a veces se producen devoluciones, lo que demuestra que estas situaciones no son excepcionales y todavía afectan al proceso logístico.

Tabla 5
Frecuencia de devoluciones de productos por mal estado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	3	33,3	33,3	33,3
RARAMENTE	2	22,2	22,2	55,6
A VECES	4	44,4	44,4	100,0
Total	9	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, 2026.

2.2. Diagnóstico Situacional de la empresa “Distribuidora UB”

La situación actual de la “Distribuidora UB”, revela una estructura logística con fortalezas puntuales, pero también con debilidades críticas que limitan su competitividad (Basconsuelos, 2024). La flexibilidad de los procesos de distribución y la alta rotación de productos, permiten mantener un flujo constante de ingresos, lo que constituye una base importante para sostener la operación. No obstante, los flujogramas elaborados evidencian que dicha flexibilidad depende de una secuencia operativa que, aunque funcional, carece de automatización y control integral entre las áreas de gerencia, bodega, transporte y ventas.

En el flujograma general se observa

que el proceso se desarrolla de forma lineal, desde la planificación de pedidos hasta la entrega al cliente, pero con una fuerte dependencia de la comunicación verbal entre los responsables. Esto ocasiona descoordinaciones y retrabajos que podrían evitarse mediante la implementación de un sistema digital unificado. En el flujograma del área de transporte, se aprecia que las rutas son establecidas, aunque el traslado se realiza con vehículos no refrigerados, lo que pone en riesgo la conservación de los productos perecibles. Finalmente, el flujograma del área de ventas confirma la ejecución del sistema de autoventa, el cual facilita la colocación inmediata del producto, pero limita la planificación previa y la gestión eficiente del inventario.

Los resultados de las entrevistas y

encuestas corroboran estas observaciones: la empresa carece de transporte con cadena de frío, lo que compromete la calidad de los alimentos y expone a la organización a devoluciones y pérdidas económicas. Además, el control de inventarios continúa dependiendo de procedimientos manuales, lo que incrementa el margen de error en la preparación y despacho de pedidos. A ello se suma un seguimiento informal a la satisfacción del cliente, sin instrumentos estandarizados que permitan obtener datos confiables para la mejora continua.

El análisis externo confirma que la empresa se desenvuelve en un entorno con oportunidades, como la creciente demanda de productos congelados en Quevedo-Ecuador y la disponibilidad de tecnologías digitales de bajo costo. Sin embargo, enfrenta amenazas significativas, entre ellas el incremento en los precios del combustible y las exigencias normativas en materia de inocuidad alimentaria. Por lo cual la Distribuidora UB se encuentra en una posición intermedia: cuenta con fortalezas que sostienen su operación diaria, pero presenta deficiencias estructurales que, de no ser atendidas, podrían comprometer su sostenibilidad a largo plazo.

2.3. Nivel de satisfacción de los clientes y su influencia en la eficiencia de la distribución logística de la “Distribuidora UB”

Para el desarrollo de este objetivo se aplicaron distintos instrumentos que permitieron conocer la percepción de los

clientes y su relación con la eficiencia de los procesos logísticos. En primer lugar, se realizó una entrevista al gerente de la empresa con el fin de identificar las principales fortalezas y debilidades en la gestión de inventarios, transporte, conservación de productos y atención al cliente. Posteriormente, se aplicaron encuestas a los 118 clientes registrados, en las cuales se evaluaron indicadores clave como la satisfacción general (CSAT), el esfuerzo del cliente (CES), la tasa de recompra, la tasa de quejas, el cumplimiento en las entregas y la precisión de los pedidos. A partir de estos datos se calcularon los resultados de cada indicador, lo que permitió medir el nivel de satisfacción y compararlo con la eficiencia de la distribución.

Las fórmulas de los indicadores fueron modificadas y adaptadas de acuerdo con la escala de medición empleada en las encuestas aplicadas a los clientes de la “Distribuidora UB”, considerando la naturaleza de las preguntas y los niveles de satisfacción expresados mediante una escala *Likert* de cinco puntos. Esto permitió obtener resultados más precisos y directamente vinculados con las percepciones reales de los consumidores sobre los procesos logísticos y la calidad del servicio.

Los indicadores en el Cuadro 2, evidencian un nivel favorable de satisfacción del cliente y facilidad en el proceso de compra, reflejado en valores elevados de CSAT y CES. No obstante, estos resultados contrastan con la presencia de reclamos vinculados a la distribución logística, particularmente en aspectos relacionados con el transporte y la conservación de los productos.

Cuadro 2
Resultados de los indicadores sobre la satisfacción de los clientes

Indicador	Objetivo	Fórmula	Resultado	Análisis
Satisfacción del cliente (CSAT)	Medir el nivel de satisfacción general con los productos y servicios.	$CSAT = \frac{\text{Número de clientes satisfechos}}{\text{Número total de encuestados}} \times 100$	$CSAT = \frac{(100/118) \times 100}{100} = 84.7\%$	El 84,7% de los clientes manifestó estar satisfecho o muy satisfecho. Este resultado se da porque la empresa mantiene la calidad de los productos y un trato cordial del personal. Sin embargo, cerca del 15% expresó inconformidad debido a retrasos en entregas y problemas de conservación, lo que limita una satisfacción plena.
		$CSAT = \frac{\text{Satisfechos} + \text{Muy satisfecho}}{\text{Total de encuestados}} \times 100$		

Cont... Cuadro 2

Esfuerzo del cliente (CES)	Evaluar la facilidad percibida para completar el proceso de compra.	$\text{CES} = \frac{\text{Suma de puntuaciones de esfuerzo}}{\text{Número total de respuestas}} \times 100$ $\text{CES} = \frac{\text{Puntaje total obtenido}}{5 \times \text{Número total de respuestas}} \times 100$	$\text{CES} = (509/5 \times 118) \times 100 = 86.30\%$	El 86,3% indicó que el proceso de compra y entrega fue sencillo. Esto surge porque el sistema de facturación facilita el trámite y el personal guía al cliente en sus pedidos. No obstante, la falta de un software integral obliga a manejar procesos manuales, lo que en ocasiones genera trámites más lentos y puede poner en riesgo la percepción positiva.
Tasa de quejas	Identificar el nivel de reclamos en relación con los pedidos.	$\text{Tasa de quejas} = \frac{\text{Número de quejas recibidas}}{\text{Número total de pedidos}} \times 100$ $\text{Tasa de quejas} = \frac{\text{Clientes que reportaron inconvenientes}}{\text{Total de encuestados}} \times 100$	$\text{TQ} = (14/118) \times 100 = 11.9\%$	El 11,9% de los clientes presentó reclamos. Esto se origina principalmente por retrasos en entregas y fallas en el control de inventario que generan errores en los pedidos. Aunque no es un porcentaje alto, evidencia que los problemas logísticos impactan directamente en la confianza de los consumidores.
Tasa de reclamos logísticos	Identificar problemas en transporte y almacenamiento.	$\text{TRL} = \frac{\text{Nº reclamos logísticos}}{\text{Total de pedidos}} \times 100$ $\text{TRL} = \frac{\text{Satisfechos + Muy satisfechos (atención de reclamos)}}{\text{Total de pedidos}} \times 100$	$\text{TRL} = (52/118) \times 100 = 44.0\%$	El 44% de los reclamos estuvo relacionado con la conservación y el transporte. Este alto valor se explica por la ausencia de vehículos con cadena de frío, lo que afecta directamente la calidad de los productos congelados y genera pérdidas económicas y desconfianza en los clientes.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Si bien la empresa mantiene una percepción positiva del servicio gracias a la calidad de los productos y la atención del personal, los resultados muestran que las deficiencias logísticas representan un factor limitante para alcanzar una satisfacción plena. La tasa de quejas y la elevada proporción de reclamos logísticos, colocan de manifiesto que los problemas en la distribución afectan directamente la experiencia del cliente, generando inconformidades que impactan en la confianza y fidelización, por lo cual tal como lo manifiestan Norabuena-Mendoza et al. (2025), a través de la experiencia del cliente se deben evaluar mejoras en los servicios prestados.

Estos hallazgos confirman que la distribución logística constituye un elemento determinante en la satisfacción del cliente (Quispe y Ayaviri, 2016; Alva y Azañero, 2021; Flores, 2022; Huamán y Valera, 2022; Flores y Pérez, 2026), puesto que, a pesar de existir un proceso de compra percibido como sencillo, las fallas en el transporte y

conservación reducen la calidad del servicio percibido.

2.4. Estrategias de mejora para optimizar la gestión logística en la “Distribuidora UB”

El diseño de estrategias de mejora para la “Distribuidora UB”, responde directamente a las debilidades detectadas en el diagnóstico y a las evidencias de la relación entre satisfacción del cliente y eficiencia logística. La presente categorización que se muestra en el Cuadro 3, permite evidenciar la relación entre las estrategias propuestas y las variables logísticas identificadas. Los resultados muestran que, aunque la empresa presenta fortalezas en calidad de productos y atención al cliente, existen limitaciones importantes en el control de inventarios, la cadena de frío, la coordinación interna y la gestión de reclamos, las cuales afectan la experiencia del consumidor.

Cuadro 3

Categorización de las estrategias según variables gerenciales de la “Distribuidora UB”

Variable	Descripción de la debilidad	Estrategia aplicada	Responsable principal
Inventario	La empresa realiza el control de inventario de forma manual mediante hojas y cuadernos, sin integración con el sistema de facturación. Esto provoca errores en el registro de entradas, salidas y devoluciones, afectando la disponibilidad real del producto.	Implementación de software de inventario y facturación.	Gerente general.
Gestión de bodega	La bodega carece de un procedimiento estandarizado para la recepción, almacenamiento y rotación de productos congelados. Los productos se colocan según conveniencia del personal, sin un control por lote o fecha de caducidad, lo que eleva el riesgo de pérdida por deterioro.	Procedimientos de control físico diario y capacitación al personal.	Gerente y encargado de bodega.
Transporte	La distribución se realiza con vehículos comunes sin sistema de refrigeración, lo que afecta la conservación del producto y genera reclamos de los clientes. Tampoco existen rutas planificadas, por lo que la autoventa depende del criterio del vendedor.	Adquisición de transporte con cadena de frío.	Gerente general.
Comunicación interna	No existe una coordinación entre el área de bodega y los vendedores. La información sobre stock disponible o devoluciones se transmite verbalmente, lo que ocasiona confusiones con los de pedidos.	Reuniones semanales de coordinación y control.	Gerente general.
Satisfacción del cliente	El seguimiento al cliente es informal, los reclamos se recogen de manera verbal y no se registran. Esto impide medir objetivamente la satisfacción ni generar acciones de mejora.	Aplicación de encuestas y registro digital de quejas.	Gerente general.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Los resultados evidencian que tal como lo sostiene Rodríguez (2025), la logística representa un aspecto crucial que permite garantizar la eficiencia, así como sostenibilidad de las operaciones de las empresas, por lo cual, la medición del desempeño logístico se convierte en una herramienta estratégica indispensable para cualquier organización.

Conclusiones

La “Distribuidora UB” presenta fortalezas importantes, como la calidad de sus productos y la amabilidad del personal, factores que han permitido mantener un nivel alto de satisfacción general entre sus clientes. Sin embargo, se identificaron debilidades que afectan su desempeño logístico, como el uso de registros manuales en el control de

inventarios, la falta de transporte con cadena de frío y la ausencia de mecanismos formales de seguimiento a la satisfacción del cliente.

Los resultados del estudio muestran que, aunque el 84,7% de los clientes se declaró satisfecho y el 79,6% valoró positivamente los tiempos de entrega, el 44% de los reclamos se relacionó con fallas logísticas, principalmente por errores en pedidos y deficiencias en la conservación de los productos. Esto demuestra que la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente dependen de una mejor planificación y de la incorporación de herramientas tecnológicas que garanticen precisión y control en la gestión logística.

La implementación de estrategias como la digitalización de inventarios, la mejora de la cadena de frío, la coordinación interna entre áreas y el seguimiento continuo al cliente, permitirá corregir las fallas detectadas

y optimizar los procesos. Estas acciones contribuirán a brindar un servicio más confiable y eficiente, mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la posición competitiva de la empresa en el mercado local.

Asimismo, es importante ejecutar progresivamente las estrategias de mejora propuestas en el plan de acción, priorizando la adopción de herramientas tecnológicas, la capacitación del personal y la creación de un sistema formal de seguimiento al cliente. Se recomienda aplicar encuestas periódicas de satisfacción, registrar los reclamos y darles respuesta inmediata, generando un ciclo de mejora continua. De esta forma, la “Distribuidora UB” podrá optimizar su eficiencia operativa, brindar un servicio confiable y consolidar su competitividad en el mercado local

Referencias bibliográficas

- Alva, L. A., y Azañero, L. A. (2021). *Gestión logística y su influencia en la satisfacción del cliente de una distribuidora de productos de belleza pyme* [Tesis de pregrado, Universidad privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/item/e32dd0ba-f346-4b18-ae33-8f2fce3a25e8>
- Arango, M. D., Ruiz, S., Ortiz, L. F., y Zapata, J. A. (2017). Indicadores de desempeño para empresas del sector logístico: Un enfoque desde el transporte de carga terrestre. *Ingeniare. Revista Chilena de Ingeniería*, 25(4), 707-720. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ingeniare/v25n4/0718-3305-ingeniare-25-04-00707.pdf>
- Asturias Corporación Universitaria (2021). *Modelos de logística colaborativa y su aplicación en pymes latinoamericanas*. Editorial Asturias.
- Basconsuelos, M. (2024). *Gestión logística y competitividad empresarial de la empresa Redimaq E.I.R.L., Arequipa 2024* [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica del Perú]. <https://repositorio.utp.edu.pe/item/e5c1923b-ba4d-4302-b841-8e3213e311c6>
- Bocanegra, E. J. (2024). Fidelización de clientes: una mirada actual en las organizaciones, estrategias, captación y experiencia del cliente. *Gestión en el Tercer Milenio*, 27(54), 391-427. <https://doi.org/10.15381/gtm.v27i54.29794>
- Carrillo, R., Martínez, B. E., Murillo, B. J., y Gómez, P. I. (2020). Modelos de gestión logística y su aplicación. *UTCJ Theorema*, (15), 210-215.
- Cedillo, M. G., Acosta, M. P., Cuevas, J., Lagarda, E., y Bueno, A. (Eds.) (2020). *Inteligencia colectiva en logística: Investigación, innovación y tecnología para un mundo sostenible*. Oficina de Publicaciones del Instituto Tecnológico de Sonora.
- Chachalo, M., y Valencia, R. (2025). Control de inventarios para la mejora en la gestión logística. *Arandu UTIC*, 12(2), 128-158. <https://revista.utic.edu.py/revista/ojs/index.php/revistas/article/view/896>
- Corella-Parra, L. M., y Olea-Miranda, J. (2023). Desarrollo de un sistema de control de inventario para una empresa comercializadora de sistemas de riego. *Ingeniería Investigación y Tecnología*, XXIV(1), 1-10. <https://doi.org/10.22201/fi.25940732e.2023.24.1.006>
- Del-Castillo, S. (2023). Tecnologías de la información y comunicación aplicadas en la cadena de suministro. *Revista DOXA ITQ*, 1(2), 005 https://itq.edu.ec/wp-content/uploads/2024/01/2023-09-17_doxa_1-2-5-.pdf
- Flores, J. C. (2022). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente*

- en la Empresa Casa Blanca [Tesis de pregrado, Universidad Continental]. <https://repositorio.continental.edu.pe/item/c5e2a6c6-6024-4320-a7d1-2038d687702d>
- Flores, R. P., y Pérez, H. H. (2026). Omnicanalidad y optimización de la Experiencia del consumidor: Un Análisis Bibliométrico. *Revista Prisma Social*, (53), 290-307. <https://doi.org/10.65598/rps.6098>
- Huamán, L. E. y Valera, A. A. (2022). *Gestión logística y satisfacción de los clientes de las empresas proveedoras de frutas frescas del Mercado Mayorista N°2 ubicado en el distrito de La Victoria, Lima 2021* [Tesis de pregrado, Universidad de San Martín de Porres]. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10538/huaman_plevallera_saa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mora, L. A. (2016). *Gestión logística integral: Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento*. Ecoe Ediciones.
- Mora, S. M., García, S. K., y Cevallos, M. E. (2024). Indicadores logísticos y su impacto en la gestión de almacenamiento de la empresa Frapalauto Cia.ltda., Santo Domingo, 2024. *Revista Social Fronteriza*, 4(4), e371. [https://doi.org/10.59814/resofo.2024.4\(4\)371](https://doi.org/10.59814/resofo.2024.4(4)371)
- Norabuena-Mendoza, C. H., Figueroa, S. I., Zarzosa-Márquez, E. D., Chunga, C. H., y Tandaypan, J. L. (2025). Índice compuesto de experiencia del cliente para evaluar mejoras en servicios deportivos. *Prohominum*, 7(4), 265-277. <https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0396>
- Pérez, W. W. O., Díaz, R. A., D'angelo-Panizo, M. D. C., y Obando, E. C. (2024). Marketing relacional en entidades financieras: La fidelización emocional del cliente como propósito de gestión. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXX(3), 504-516. <https://doi.org/10.31876/rcs.v30i3.42692>
- Pierrend, S. D. R. (2020). La fidelización del cliente y retención del cliente: tendencia que se exige hoy en día. *Gestión en el Tercer Milenio*, 23(45), 5-13. <https://doi.org/10.15381/gtm.v23i45.18935>
- Quispe, G. M., y Ayaviri, V. D. (2016). Medición de la satisfacción del cliente en organizaciones no lucrativas de cooperación al desarrollo. *Revista Empresarial*, 10(37), 27-35.
- Rodríguez, B. O. (2025). *Modelos de indicadores de gestión logística (KPIs)*. Editorial Sapientum.