

Plan operativo logístico y su impacto en la atención al cliente de la empresa comercial el ahorro, Quinindé 2025

Operational and Logistics Planning and Its Impact on Customer Service at the Company El Ahorro, Quinindé 2025

Planejamento Operacional e Logístico e seu Impacto no Atendimento ao Cliente na Empresa El Ahorro, Quinindé 2025

Saavedra Delgado Jaritza Melina¹
Instituto Superior Tecnológico Tsá'chilaa
jaritzasaavedradelgado@tsachila.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0005-5577-8586>



Santamaria Granda Francisco²
Instituto Superior Tecnológico Tsá'chilaa
franciscosantamaria@tsachila.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-1504-2820>



 DOI / URL: <https://doi.org/10.55813/gaea/ccri/v6/nE2/1127>

Como citar:

Savedra, J. & Santamaria, F. (2025). Plan operativo logístico y su impacto en la atención al cliente de la empresa comercial el ahorro, Quinindé 2025. *Código Científico Revista de Investigación*, 6(E2), 2333-2352.

Recibido: 01/07/2025

Aceptado: 30/07/2025

Publicado: 30/09/2025

Resumen

El presente estudio analizó el impacto del plan operativo logístico en la mejora de la atención al cliente del comercial el Ahorro, ubicado en la parroquia la Unión del cantón Quinindé, durante el año 2025. En donde se pudo identificar la contextualización de la realidad de la empresa la cual se centra en la carencia significativa en la gestión de inventarios, procesos ineficientes de procesamiento y despacho de pedidos y una comunicación ineficiente interna entre colaboradores. Estas debilidades operativas generan errores, retrasos y una consecuente insatisfacción del cliente. Para mitigar esta situación, se empleó una metodología con enfoque mixto, combinando datos cualitativos y cuantitativos para diagnosticar a fondo la problemática y proponer posibles soluciones. El diagnóstico reveló que las deficiencias en la gestión de inventarios, el procesamiento de pedidos y la comunicación interna eran los factores claves que afectaban la experiencia del cliente. Donde se concluye en proponer un diseño de un plan operativo logístico integral, en donde se anexa la implementación de un sistema de inventario estandarizado con clasificación ABC, junto con la capacitación integral para el uso del software Sheyla y el rediseño del layout del espacio comercial para optimizar la visualización de productos y agilizar el flujo de trabajo en todo tiempo, con el fin de eliminar las deficiencias actuales y mejorar la satisfacción del cliente.

Palabras clave: Plan operativo logístico, Satisfacción del cliente, Gestión de inventarios, Comunicación interna, Estandarización de procesos, Optimización operativa.

Abstract

This study analyzed the impact of the operational and logistics plan on improving customer service at the company El Ahorro, located in the parish of La Unión in the Quinindé canton, during the year 2025. The study identified the company's context, which is characterized by significant deficiencies in inventory management, inefficient order processing and dispatch procedures, and poor internal communication among employees. These operational weaknesses lead to errors, delays, and consequent customer dissatisfaction. To address this situation, a mixed-methods approach was employed, combining qualitative and quantitative data to thoroughly diagnose the problem and propose potential solutions. The diagnosis revealed that deficiencies in inventory management, order processing, and internal communication were the key factors affecting the customer experience. Consequently, the study concludes with a proposal for the design of a comprehensive operational and logistics plan, which includes the implementation of a standardized inventory system using ABC classification, comprehensive training for the use of Sheyla software, and a redesign of the commercial space layout to optimize product visibility and streamline workflow at all times. These measures aim to eliminate current deficiencies and enhance customer satisfaction.

Keywords: Operational and logistics planning, Customer satisfaction, Inventory management, Internal communication, Process standardization, Operational optimization

Resumo

Este estudo analisou o impacto do plano operacional e logístico na melhoria do atendimento ao cliente na empresa El Ahorro, localizada na paróquia La Unión, no cantão Quinindé, durante o ano de 2025. O estudo identificou o contexto da empresa, caracterizado por deficiências

significativas na gestão de estoques, processos ineficientes de processamento e despacho de pedidos, e comunicação interna inadequada entre os colaboradores. Essas fragilidades operacionais geram erros, atrasos e consequente insatisfação do cliente. Para mitigar essa situação, foi empregada uma abordagem de métodos mistos, combinando dados qualitativos e quantitativos para diagnosticar de forma aprofundada o problema e propor soluções potenciais. O diagnóstico revelou que as deficiências na gestão de estoques, no processamento de pedidos e na comunicação interna eram os fatores-chave que afetavam a experiência do cliente. Consequentemente, o estudo conclui com a proposta de um plano operacional e logístico abrangente, incluindo a implementação de um sistema de estoque padronizado com classificação ABC, treinamento integral para o uso do software Sheyla e o redesenho do layout do espaço comercial para otimizar a visualização dos produtos e agilizar o fluxo de trabalho em todos os momentos. Essas medidas visam eliminar as deficiências atuais e melhorar a satisfação do cliente.

Palavras-chave: Planejamento operacional e logístico, Satisfação do cliente, Gestão de estoques, Comunicação interna, Padronização de processos, Otimização operacional.

Introducción

La gestión logística constituye un factor estratégico fundamental para garantizar la eficiencia operativa y la competitividad de las empresas en un entorno altamente globalizado. La capacidad de coordinar de manera efectiva el movimiento de bienes, servicios e información a lo largo de la cadena de suministro influye directamente en la satisfacción del cliente y en la consolidación de la lealtad hacia la organización. Estudios recientes muestran que la optimización de procesos logísticos se asocia con mejoras en la atención al cliente y en la productividad empresarial (Mendoza et al., 2024; Perugachi & Paredes, 2025; Lombeida & Conforme, 2025).

La empresa Comercial “El Ahorro”, ubicada en la parroquia La Unión del cantón Quinindé, enfrenta retos propios de la competencia creciente en el sector minorista. La gestión de inventarios inadecuada, los procesos ineficientes de recepción, almacenamiento y despacho de pedidos, así como la comunicación interna deficiente entre colaboradores, generan errores, retrasos y experiencias de servicio insatisfactorias para los clientes. La revisión de estudios previos sobre planificación logística en empresas similares evidencia que la implementación de un plan operativo integral puede mejorar significativamente la eficiencia de los procesos y

la percepción del cliente sobre la calidad del servicio (Mendoza et al., 2024; Lombeida & Conforme, 2025).

La pertinencia de este estudio radica en diagnosticar los factores críticos del plan operativo logístico que afectan directamente la atención al cliente, proponiendo soluciones prácticas que fortalezcan la competitividad de la empresa y su capacidad de respuesta ante las necesidades de los consumidores. Además, aporta evidencia sobre la relación causa-efecto entre la planificación logística y la satisfacción del cliente, contribuyendo al desarrollo de prácticas empresariales más eficientes y al conocimiento académico en el campo de la logística aplicada al comercio minorista.

El objetivo principal del presente estudio es analizar el impacto del plan operativo logístico en la mejora de la atención al cliente de la empresa Comercial “El Ahorro”, ubicada en la parroquia La Unión del cantón Quinindé, durante el año 2025, identificando los factores clave que influyen en la eficiencia de los procesos logísticos y proponiendo estrategias de mejora que optimicen la experiencia del cliente.

Metodología

Enfoque de la investigación

La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, combinando técnicas cualitativas y cuantitativas. Esta elección metodológica permitió diagnosticar la problemática y, a su vez, proponer soluciones basadas en datos objetivos y percepciones subjetivas de los participantes.

Alcance de la investigación

Se aplicó un enfoque exploratorio y descriptivo. La fase exploratoria permitió analizar de manera profunda la información disponible y recolectar datos relevantes que facilitaron la identificación de aspectos previamente desconocidos. La fase descriptiva se centró en la observación y registro detallado de los procesos logísticos y la atención al cliente, asegurando la validez y confiabilidad de los datos obtenidos.

Contexto de la investigación

El estudio se realizó en el Comercial “El Ahorro”, ubicado en la parroquia La Unión, cantón Quinindé. El propietario, Sr. Raúl Gustavo Cujilema Guacho, autorizó el acceso a las instalaciones y la recopilación de información necesaria para la investigación, garantizando la correcta ejecución de los procedimientos.

Población y muestra

La población estuvo constituida por clientes internos (colaboradores) y clientes externos (reales).

Tabla 1.
Población de la empresa comercial Ahorro

No.	Cargos	Número de personas
1	Gerente	1
2	Cajeras	3
3	Despachador	2
4	Clientes	500
Total		506

Fuente: Investigación de campo de la empresa comercial Ahorro

Diseño de la investigación

El diseño fue transaccional (cross-sectional), ya que los datos se recopilaron en un tiempo específico para obtener conclusiones relacionadas con la problemática planteada.

Procedimiento

El procedimiento se ejecutó en las siguientes etapas:

- ✓ **Análisis observacional:** se recolectó información mediante observación directa para identificar el estado actual de la empresa y los procesos logísticos.
- ✓ **Elaboración de instrumentos:** se desarrollaron cuestionarios (cerrados y abiertos), entrevistas y fichas de observación.
- ✓ **Recolección y procesamiento de datos:** se obtuvieron datos cuantitativos y cualitativos, analizando frecuencias, porcentajes y patrones de comportamiento.

- ✓ Conclusiones y recomendaciones: se generaron conclusiones basadas en los hallazgos y se propusieron estrategias de mejora.

Recolección de datos

Técnicas utilizadas

- ✓ Observación: permitió identificar flujos de trabajo, conductas y puntos críticos que podrían no detectarse con otras técnicas.
- ✓ Entrevista: se entrevistó al gerente para obtener información cualitativa en profundidad sobre el plan operativo logístico y la atención al cliente.
- ✓ Encuesta: se aplicaron cuestionarios estructurados a colaboradores y clientes para recabar opiniones sobre la calidad del servicio y los procesos logísticos.

Instrumentos de recolección

- ✓ Ficha de observación: registró de forma sistemática los procesos, interacciones y patrones de trabajo, permitiendo identificar fortalezas y debilidades en la práctica logística.
- ✓ Cuestionario de preguntas abiertas (entrevista): exploró percepciones y experiencias del gerente sobre el plan operativo logístico y su impacto en la atención al cliente, permitiendo la obtención de información rica y detallada.
- ✓ Cuestionario de preguntas cerradas (encuesta): recopiló datos estandarizados sobre procesos logísticos y satisfacción del cliente, facilitando el análisis estadístico de tendencias y frecuencias.

Resultados

Eficiencia del plan operativo logístico: percepción de clientes

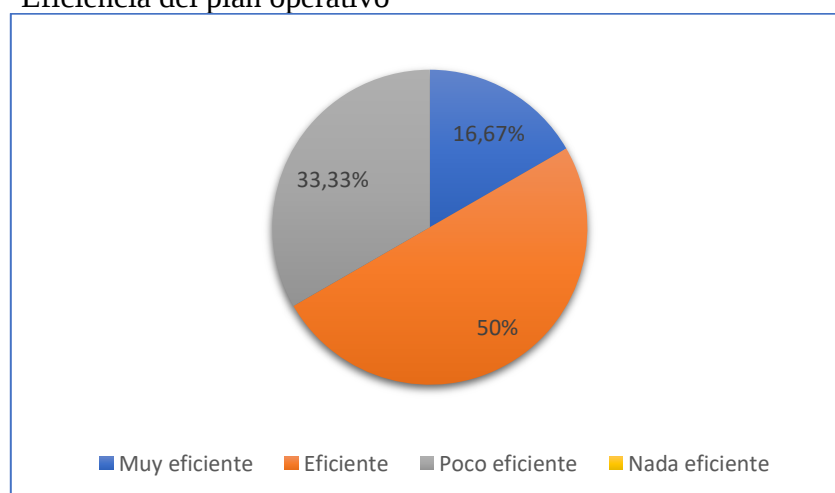
La evaluación de la eficiencia del plan operativo logístico de la empresa Comercial “El Ahorro” se realizó mediante encuestas aplicadas a 60 clientes. Los resultados indican que el 16.7% de los encuestados considera el plan "muy eficiente" y el 50% lo percibe como

"eficiente", mientras que un 33.3% lo califica como "poco eficiente". Esta distribución evidencia que, aunque una mayoría percibe los procesos como adecuados, existe un grupo significativo de clientes que experimenta inconsistencias en la atención y en la disponibilidad de productos.

El análisis revela que la percepción de eficiencia no es uniforme, sugiriendo la necesidad de estandarizar los procedimientos logísticos para garantizar un rendimiento consistente y mejorar la experiencia de todos los clientes. Estos resultados coinciden con las observaciones de campo, donde se identificaron debilidades en la organización interna del inventario y la planificación de la distribución, especialmente durante períodos de alta demanda, como los fines de semana.

La información recopilada destaca la importancia de fortalecer la gestión de inventarios, optimizar la comunicación interna y asegurar procesos estandarizados que permitan una atención ágil, precisa y confiable. La mejora en estos aspectos no solo incrementará la eficiencia operativa, sino que también contribuirá a la fidelización de los clientes y a la percepción positiva del servicio.

Figura 1.
Eficiencia del plan operativo

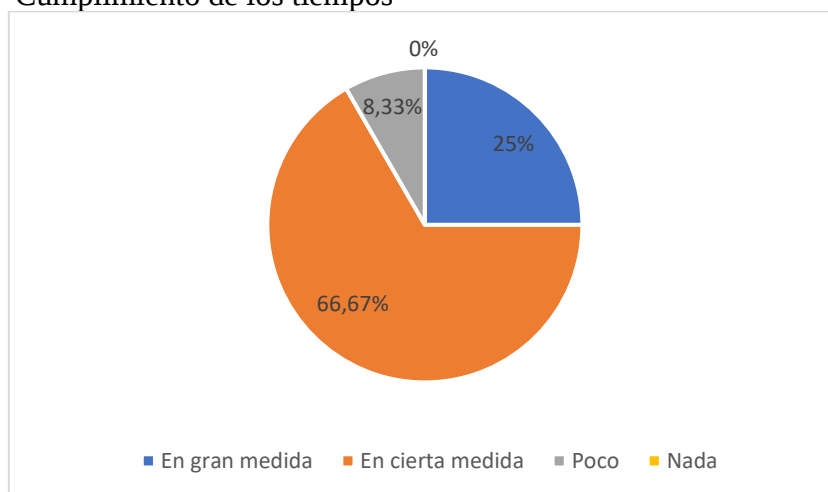


Fuente: Investigación de campo, clientes del Comercial el Ahorro

¿En qué medida el plan logístico contribuye a cumplir con los tiempos de entrega prometidos?

El plan logístico contribuye al cumplimiento de los tiempos de entrega, pero con un margen significativo de inconsistencia. Aunque un 91.7% (15+40) percibe algún nivel de contribución, la mayoría, un 66.7% ("en cierta medida"), sugiere que el cumplimiento no es total ni totalmente predecible. El 8.3% restante ("en poca medida") refuerza que existen fallas notorias. Esto implica que la empresa a menudo cumple, pero no de manera robusta o consistente, generando una experiencia cliente variable que requiere mayor fiabilidad.

Figura 2.
Cumplimiento de los tiempos

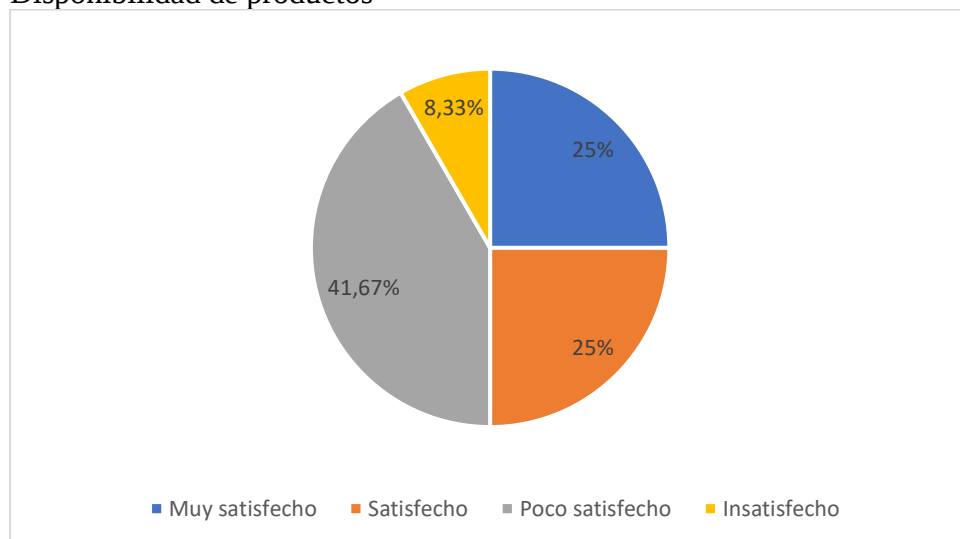


Fuente: Investigación de campo, clientes del Comercial el Ahorro

¿Qué tan satisfecho está con la disponibilidad de productos en la tienda?

Los resultados muestran que la disponibilidad de productos en el Comercial El Ahorro genera percepciones divididas entre los clientes. Si bien un 50% se declara satisfecho o muy satisfecho, existe un 41,7% que manifiesta estar "poco satisfecho" y un 8,3% directamente insatisfecho. Esto significa que, aunque la mitad de los clientes encuentra la oferta adecuada, la otra mitad percibe limitaciones importantes en el surtido. En consecuencia, la tienda enfrenta un reto en asegurar mayor constancia en el abastecimiento, ya que una baja disponibilidad puede afectar la fidelidad de los consumidores y motivar la búsqueda de alternativas en la competencia.

Figura 3.
Disponibilidad de productos



Fuente: Investigación de campo, clientes del Comercial el Ahorro

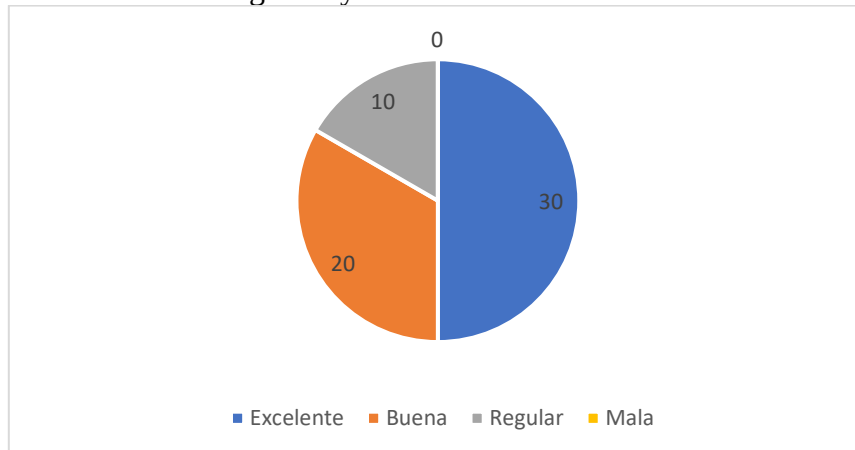
¿Considera que la gestión logística ayuda a reducir los errores en los pedidos?

Los resultados evidencian una valoración positiva respecto a la gestión logística y su influencia en la reducción de errores en los pedidos. El 100% de los clientes encuestados reconoce que esta gestión contribuye, ya sea “mucho” (50%) o “algo” (50%), a minimizar equivocaciones. El hecho de que no existan respuestas en las categorías “poco” o “nada” refleja un desempeño consistente en este aspecto. Sin embargo, que la mitad de los clientes se incline por la opción “algo” indica que aún hay espacio para perfeccionar los procesos y alcanzar una percepción más sólida de confiabilidad.

¿Cómo evalúa la comunicación entre el área logística y el personal de atención al cliente?

Muestra una percepción muy positiva de la comunicación entre el área logística y el personal de atención al cliente. Un abrumador 83.3% (30 + 20) la califica como "excelente" o "buena", lo que sugiere una coordinación efectiva y un flujo de información adecuado entre estos dos departamentos concluyentes. Esto es un activo significativo, ya que una comunicación fluida permite respuestas rápidas y soluciones colaborativas para el cliente. No obstante, el 16.7% que la considera "regular" indica que aún existen oportunidades para optimizar y estandarizar estos canales comunicativos y lograr la excelencia total.

Figura 4.
Comunicación logística y atención al cliente

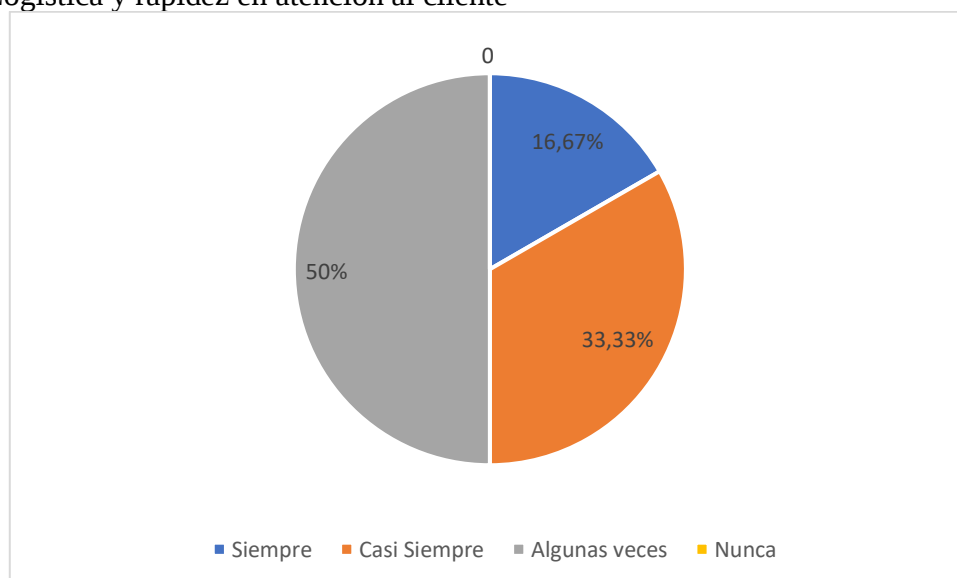


Fuente: Investigación de campo, clientes del Comercial el Ahorro

¿La logística de la empresa facilita una atención rápida y eficiente a los clientes?

Esta interpelación revela una percepción mixta y preocupante sobre cómo la logística facilita una atención rápida y eficiente. Solo un 16.7% (10) considera que esto ocurre "siempre," mientras que la mayoría, un 50% (30), indica que es "algunas veces." Esto sugiere una falta de consistencia y fiabilidad significativa en la entrega de servicio. La alta proporción de respuestas en "algunas veces" evidencia que la logística no es un facilitador constante de la eficiencia, lo que puede generar frustración recurrente en los clientes.

Figura 5.
Logística y rapidez en atención al cliente

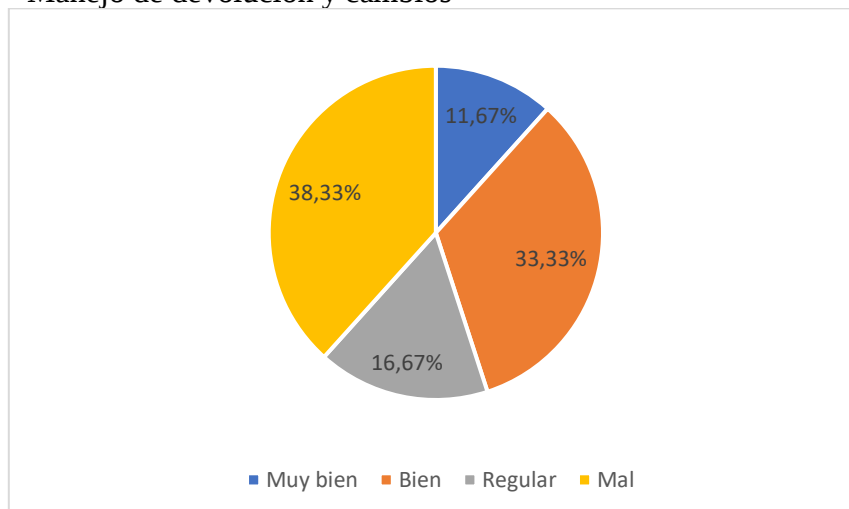


Fuente: Investigación de campo, clientes del Comercial el Ahorro

¿Qué tan bien se manejan las devoluciones y cambios en relación con la logística?

Existe una deficiencia considerable en el manejo logístico de devoluciones y cambios. Un 38.3% de los encuestados (23) lo califica como "mal", mientras que un 16.7% adicional lo considera "regular", sumando una mayoría del 55% con percepción negativa o inconsistente. Aunque un 45% lo evalúa como "bien" o "muy bien", la alta proporción de insatisfacción en este punto crítico del servicio post-venta sugiere la urgente necesidad de revisar y optimizar los procedimientos de logística inversa. Un manejo deficiente de las devoluciones impacta directamente la confianza y lealtad del cliente.

Figura 6.
Manejo de devolución y cambios

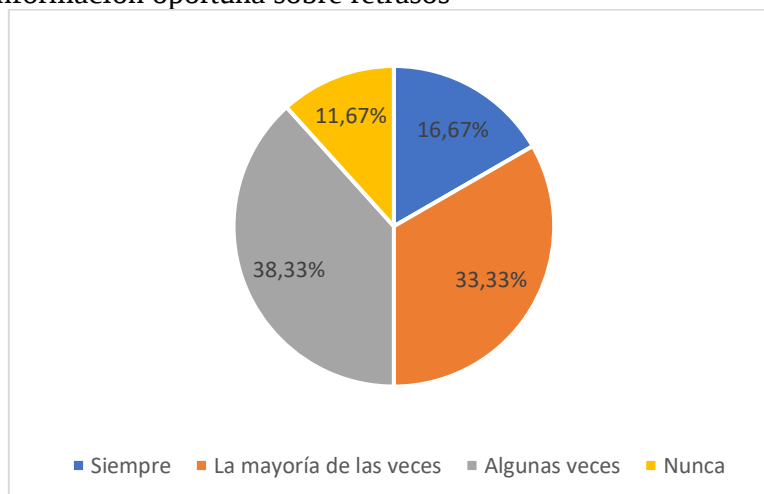


Fuente: Investigación de campo, clientes del Comercial el Ahorro

¿La empresa informa oportunamente a los clientes sobre retrasos o problemas en la entrega?

Concorre una falta significativa de comunicación proactiva y consistente con los clientes ante retrasos o problemas. Aunque un 50% (10 + 20) informa "siempre" o "casi siempre", un alarmante 50% (23 + 7) lo hace "algunas veces" o "nunca". Esto indica que la mitad de los clientes no recibe información oportuna de manera fiable, generando incertidumbre y frustración. La inconsistencia en este aspecto crítico de la atención al cliente puede dañar seriamente la confianza y la percepción de profesionalismo de la empresa.

Figura 7.
Información oportuna sobre retrasos

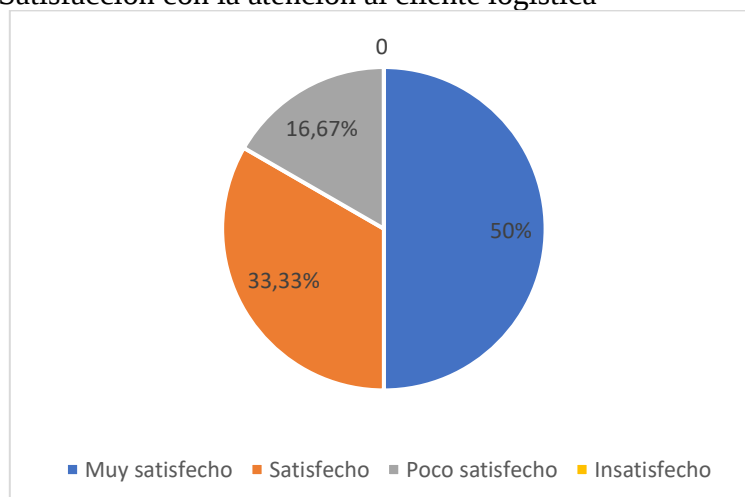


Fuente: Investigación de campo, clientes del Comercial el Ahorro

¿Qué tan satisfecho está con la atención a la cliente relacionada con la logística?

Una alta satisfacción general con la atención a la cliente relacionada específicamente con la logística. Un notable 83.3% (30 + 20) de los encuestados se declara "muy satisfecho" o "satisfecho" con este aspecto. Esto es una fortaleza considerable, sugiriendo que el personal que interactúa directamente con el cliente en temas logísticos es percibido como amable, eficiente o resolutivo. Aunque hay un 16.7% que se muestra "poco satisfecho", la predominancia de opiniones positivas valida la calidad del servicio frontal en esta área decisiva.

Figura 8.
Satisfacción con la atención al cliente logística

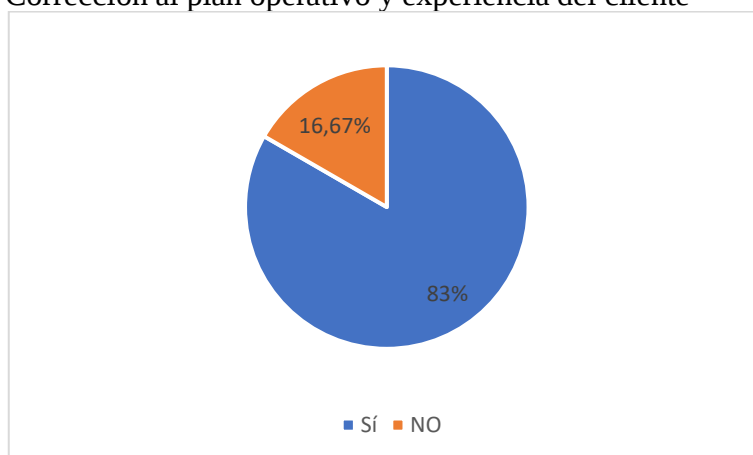


Fuente: Investigación de campo, clientes del Comercial el Ahorro

¿Considera que al corregir el plan operativo logístico podría mejorar la experiencia del cliente en la empresa?

El impacto de corregir el plan logístico en la experiencia del cliente revela un fuerte consenso mayoritario. Un 83.3% (50 encuestados) cree firmemente que las mejoras logísticas optimizarán directamente la experiencia del cliente, lo que subraya una percepción clara de la interconexión entre ambos. Sin embargo, el 16.7% que disiente (10 encuestados) es significativo, indicando que una minoría no ve una relación directa o no cree que los ajustes logísticos actuales sean suficientes. Esto resalta la necesidad de comunicar los beneficios de las mejoras logísticas y abordar sus preocupaciones específicas para lograr una visión unificada.

Figura 9.
Corrección al plan operativo y experiencia del cliente



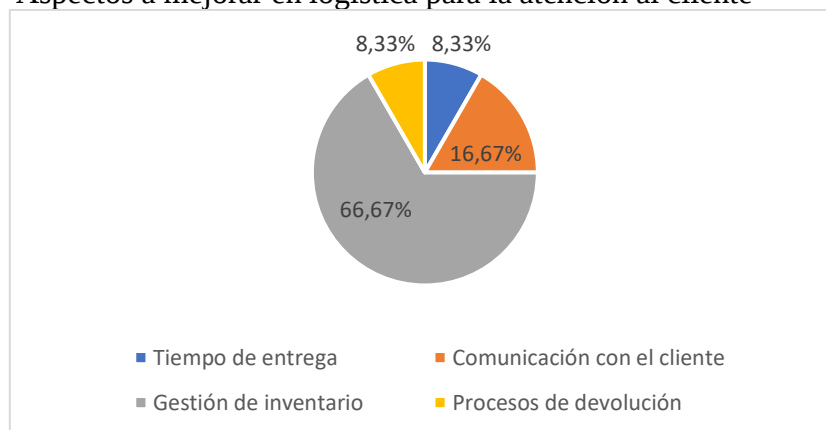
Fuente: Investigación de campo, clientes del Comercial el Ahorro

¿Qué aspectos del plan logístico considera que necesitarían de mayor atención para mejorar la atención al cliente?

La gestión de inventario es el aspecto logístico que necesita mayor atención para mejorar la atención al cliente, siendo señalado por una abrumadora mayoría del 66.7% (40 encuestados). Esto indica que la disponibilidad y organización de productos son percibidas como el punto más débil y de mayor impacto. La comunicación con el cliente (16.7%), los tiempos de entrega (8.3%) y los procesos de devolución (8.3%) también son importantes, pero

las deficiencias en la gestión de inventario emergen como el factor principal que requiere una intervención prioritaria para optimizar la atención.

Figura 10.
Aspectos a mejorar en logística para la atención al cliente

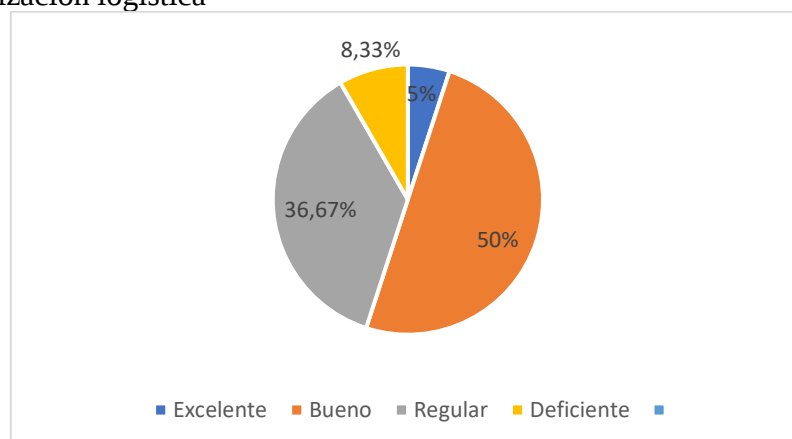


Fuente: Investigación de campo, clientes del Comercial el Ahorro

¿Actualmente cómo calificaría el nivel de organización en el proceso logístico de la empresa?

Refleja un desafío significativo en la organización logística de la empresa, a pesar de una mayoría que la percibe como "buena" (50%). Un 45% (22 regular + 5 deficiente) de los encuestados la califica como "regular" o "deficiente", lo que indica inconsistencias y problemas estructurales. El reducido 5% que la considera "excelente" (3 encuestados) sugiere que los puntos fuertes son muy limitados. Esta distribución heterogénea exige una revisión profunda de los procesos para estandarizar la organización y mejorar la eficiencia general.

Figura 11.
Nivel de organización logística

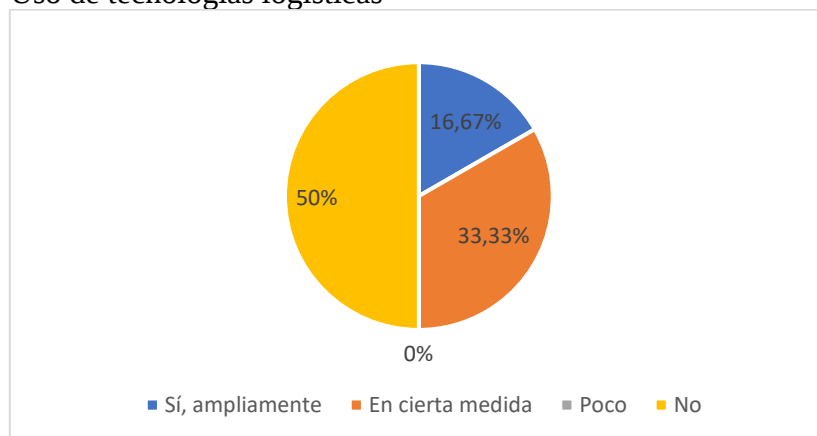


Fuente: Investigación de campo, clientes del Comercial el Ahorro

¿La empresa utiliza tecnologías (como sistemas de gestión) para optimizar la logística?

La deficiencia en la adopción tecnológica para optimizar la logística, lo cual es preocupante. Un 50% de los encuestados ("No") indica que la empresa no utiliza sistemas de gestión para este fin. Aunque un 33.3% ("En cierta medida") sugiere un uso parcial, solo un 16.7% ("Sí") confirma su implementación plena. Esta carencia tecnológica limita severamente la eficiencia, la precisión y la capacidad de análisis de los procesos logísticos, impidiendo una mejora sustancial en la gestión y el servicio.

Figura 12.
Uso de tecnologías logísticas



Fuente: Investigación de campo, clientes del Comercial el Ahorro

Propuesta de optimización logística para mejorar la experiencia del cliente

Introducción

El éxito de una empresa dedicada a la venta de productos de consumo masivo depende en gran medida de una gestión eficiente de inventarios. Mantener un stock equilibrado permite reducir costos de almacenamiento y garantizar la disponibilidad de productos de alta demanda. Para ello, el método ABC resulta una herramienta estratégica al segmentar los productos en tres categorías: A, los de mayor rotación y aporte a los ingresos ($\approx 80\%$); B, los de rotación media que requieren accesibilidad moderada; y C, los de baja rotación cuyo control puede ser

esporádico. Su implementación en el Comercial El Ahorro permitirá optimizar recursos, mejorar la toma de decisiones y elevar la rentabilidad.

Descripción de la actividad económica

El Comercial El Ahorro es un minorista ubicado en La Unión, cantón Quinindé, dedicado a la venta de productos de consumo masivo que abarcan alimentos, bebidas, artículos de higiene personal y limpieza. Su propósito es satisfacer las necesidades básicas de la comunidad mediante precios justos y servicio cercano.

Marco estratégico empresarial

- ✓ **Misión:** Ser el establecimiento de confianza que ofrezca productos de consumo masivo con calidad, precios justos y atención eficiente.
- ✓ **Visión:** Consolidarse como líder en la distribución minorista en Quinindé, reconocido por la excelencia operativa, innovación y compromiso social.
- ✓ **Principios:** Orientación al cliente, eficiencia operativa, integridad, compromiso social.
- ✓ **Valores:** Calidad, servicio, confianza, innovación, responsabilidad.
- ✓ **Objetivos corporativos:** Incrementar cuota de mercado, optimizar eficiencia operativa, fortalecer la cadena de suministro, mejorar satisfacción del cliente y desarrollar el talento humano.

Matriz FODA

- ✓ **Fortalezas:** Conocimiento del mercado local, orientación al cliente, disposición a mejorar, software de gestión existente.
- ✓ **Oportunidades:** Crecimiento poblacional, digitalización del consumo, alianzas con proveedores, capacitación del personal.
- ✓ **Debilidades:** Inventarios mal gestionados, procesos inconsistentes, comunicación deficiente, formación limitada del personal, espacio reducido.

- ✓ **Amenazas:** Competencia creciente, variación en precios de proveedores, mayores expectativas de los clientes y factores macroeconómicos.

Objetivos de la propuesta

Reducir stock de productos de baja rotación para optimizar espacio y disponibilidad de artículos de alta demanda.

Priorizar productos de mayor valor para asegurar su disponibilidad y mejorar rentabilidad.

Establecer procesos claros y responsabilidades definidas en la clasificación, control y monitoreo del inventario.

Alcance

La propuesta abarca desde la recolección y análisis de datos de ventas hasta la implementación del método ABC, reubicación de productos y monitoreo mediante indicadores de desempeño.

Desarrollo de la propuesta

Situación actual: El inventario se maneja de forma uniforme, sin diferenciar productos según su impacto en ventas, lo que ralentiza las decisiones de compra.

Proceso propuesto:

Recolección de datos mediante registros de ventas y sistema Sheila.

Análisis ABC para clasificar productos en A, B y C.

Definición de políticas diferenciadas de control, compras y ubicación en almacén.

Reubicación física de productos según su categoría.

Capacitación del personal y uso del sistema Sheila.

Monitoreo continuo con indicadores clave (rotación, quiebres de stock, días de inventario, obsolescencia).

Control

Se establecen auditorías periódicas, reportes de excepciones, control de calidad de datos y reuniones de revisión de inventario. Los indicadores clave por categoría permitirán evaluar desempeño y tomar decisiones correctivas a tiempo.

Recomendaciones

Capacitar al personal en el uso del sistema Sheila para automatizar cálculos y reportes.

Ajustar políticas de gestión ante promociones, variaciones estacionales o cambios de proveedores.

Implementar KPIs para evaluar eficiencia y asegurar la sostenibilidad del método.

Discusión

Los resultados muestran que las falencias en la gestión de inventarios y la comunicación interna en el Comercial el Ahorro generan retrasos e inconsistencias en los pedidos, lo que afecta directamente la satisfacción del cliente. Esto coincide con lo expuesto por Ballou (2004), quien señala que la eficiencia logística es determinante para el cumplimiento de los tiempos y la calidad del servicio.

De igual manera, estudios recientes como el de Mendoza, Tuárez y Santamaría (2024) confirman que un plan operativo logístico bien estructurado contribuye significativamente a mejorar la atención al cliente en empresas de la región, reforzando la relevancia del presente análisis.

Como limitación, se reconoce que este estudio se centra en una sola empresa, lo que reduce la generalización de los resultados. No obstante, los resultados evidencian que la implementación de un plan logístico integral es clave para optimizar procesos internos y fortalecer la relación con el cliente.

Conclusiones

El diagnóstico realizado evidenció que el Comercial El Ahorro, ubicado en la parroquia La Unión del cantón Quinindé, presenta falencias significativas en la gestión de inventarios, lo que genera ineficiencias en el procesamiento y despacho de pedidos. Asimismo, se identificó una deficiente comunicación interna entre los colaboradores, factor que contribuye de manera directa a la ocurrencia de errores y retrasos en las operaciones.

El estudio permitió establecer que los principales elementos que influyen en el plan operativo logístico son: la eficiencia en la gestión de inventarios, la claridad en los procesos de despacho y la calidad de la comunicación interna. La ausencia de un plan logístico estructurado se traduce en inconsistencias operativas, retrasos en la atención y errores que repercuten negativamente en la experiencia y satisfacción del cliente.

Finalmente, se diseñó un plan operativo logístico integral que propone la implementación del método de clasificación ABC como estrategia para optimizar la gestión de inventarios, complementado con la capacitación del personal en el uso del software Sheyla. Esta propuesta busca estandarizar procesos, optimizar recursos y mejorar la calidad del servicio, con el fin de garantizar una experiencia más eficiente y satisfactoria para los clientes del comercial.

Referencias bibliográficas

- Ballou, R. (2004). *Logística: Administración de la cadena de suministro*. Pearson Educación.
- Ballou, R. (2024). *Logística empresarial/gestión de la cadena de suministro: planificación, organización y control de la cadena de suministro*. Pearson Prentice Hall.
- Berry, L. L., y Parasuraman, A. (1991). *Servicios de marketing: Competir por la calidad*. The Free Press.
- Christopher, M. (2016). *Logistics & Supply Chain Management*. Pearson UK.
- Coyle, J. J., Langley, C. J., Gibson, B. J., Novack, R. y Bardi, E. J. (2017). *Gestión de la cadena de suministro: una perspectiva logística*. Cengage Learning.
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2017). *Marketing*. Pearson Education.

- Lombeida, V. y Conforme, J. (2025). Influencia de la planificación logística en la calidad del servicio al cliente en la cadena de suministro, la Casa del Toldo, Santo Domingo, 2024. *codigocientifico*, 1716-1746. Obtenido de <https://revistacodigocientifico.itslosandes.net/index.php/1/article/view/792>
- Mendoza, B.; Tuárez G. y Santamaria, F. (2024). Plan operativo logístico y su efecto en la atención al cliente de la empresa Tecnillantas, Santo Domingo 2024. *Reincisol*, 1607-1627. Obtenido de <https://www.reincisol.com/ojs/index.php/reincisol/article/view/273>
- Meyer, C., y Schwager, A. (2007). *Entendiendo la experiencia del cliente*. Harvard Business Review,. Perugachi, R. y Paredes, K. (2025). Plan operativo logístico y su efecto en la gestión de la calidad en la
- Empresa EMPROMAQ, Santo Domingo, 2024. *gnerando*, 1352. Obtenido de <https://revista.gnerando.org/revista/index.php/RCMG/article/view/470>
- Slack, N., Brandon-Jones, A., & Johnston, R. (2016). *Operations Management*. Pearson Education. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., y Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus*