



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:  
TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**PROPUESTA DE MEJORA DEL PROCESO DE DESPACHO DE  
MERCADERÍAS EN LA IMPORTADORA KAY S.A., DEL CANTÓN  
GUAYAQUIL, PERIODO 2020**

**Autora:** Tutaxi Cuenca Andrea Lizbeth

**Tutor:** MsC. Ismelis Castellanos López

**Guayaquil, Ecuador**

**2020**



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS**

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:  
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

Propuesta de mejora del proceso de despacho de mercaderías en la importadora Kay S.A., del cantón Guayaquil, periodo 2020

**Autor:** Tutaxi Cuenca Andrea Lizbeth

**Tutor:** MsC. Ismelis Castellanos López

**Resumen**

Importadora Kay S.A, es una empresa dedicada a la importación de productos de bazar, inicio sus actividades en el año 2019, teniendo como mercado objetivo microempresarios de todo el Ecuador. Esta compañía abastece con sus productos a pequeños negocios, sin embargo, ha presentado falencias en la logística de despacho de pedidos. Esto ha ocasionado quejas, disminución de ventas y pérdida de clientes. Dentro de la metodología de la investigación se tomó en cuenta la descriptiva y explicativa. A través de las herramientas de investigación como: diagrama causa y efecto, guía de observación, entrevista y encuesta, se pudo determinar que existía poco control de las actividades y falta personal de apoyo, ocasionando que los empleados realizaran las tareas de forma incorrecta, por los escasos de tiempo. Lo que deja como consecuencia pedidos incompletos y los clientes insatisfechos. Con los resultados arrojados, a través de la investigación, se realizó una mejora en el proceso de despacho de mercaderías.

Proceso

Despacho

Logística



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS**

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:  
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

Propuesta de mejora del proceso de despacho de mercaderías en la importadora Kay S.A., del cantón Guayaquil, periodo 2020

**Autor:** Tutaxi Cuenca Andrea Lizbeth

**Tutor:** MsC. Ismelis Castellanos López

**Abstract**

Importadora Kay S.A, is a company dedicated to the importation of bazaar products, it began its activities in 2019, having as a target market microentrepreneurs from all over Ecuador. This company supplies its products to small businesses, however, it has presented shortcomings in the logistics of order fulfillment. This has led to complaints, decreased sales, and lost customers. The descriptive and explanatory methodology was taken into account within the research methodology. Through research tools such as: cause and effect diagram, observation guide, interview and survey, it was possible to determine that there was little control of activities and a lack of support personnel, causing employees to perform tasks incorrectly. time shortages. Which leaves incomplete orders and dissatisfied customers as a consequence. With the results obtained, through the investigation, an improvement was made in the merchandise dispatch process.

Process

Dispatch

Logistics

# INDICE GENERAL

<b>Contenidos:</b>	<b>Paginas:</b>
PORTADA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
INDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE CUADROS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

1.1 Ubicación del Problema en un contexto .....	1
1.2 Situación conflicto.....	2
1.3 Formulación del problema .....	3
1.4 Delimitación del problema .....	3
1.5 Variables de la investigación .....	4
1.5.1 Variable independiente.....	4
1.5.2 Variable dependiente.....	4
1.6 Objetivos de la investigación .....	4
1.6.1 Objetivo general .....	4

1.6.2 Objetivos específicos.....	4
1.7 Justificación e importancia .....	4
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>MARCO TEÓRICO</b>	
2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	6
2.1.1 Antecedentes históricos .....	6
2.1.2 Antecedentes referenciales .....	10
2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	13
2.3 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN .....	14
2.3.1 Variable independiente .....	14
2.3.2 Variable dependiente.....	16
2.4 GLOSARIO DE TÉRMINOS .....	22
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>METODOLOGÍA</b>	
3.1 Presentación de la empresa .....	24
3.1.2 MISIÓN:.....	24
3.1.3 VISIÓN: .....	24
3.1.4 Estructura Organizativa .....	25
3.1.5 Plantilla de trabajadores .....	26
3.1.6 Clientes .....	27
3.1.7 Competidores .....	27
3.1.8 Principales productos .....	28
3.1.9 Descripción del proceso de despacho de mercaderías .....	29
3.2 Diseño de la investigación .....	29
3.2.1 Tipos de investigación .....	29
3.4 Población y Muestra .....	30

3.4.1 Población.....	30
3.4.2 Muestra .....	31
3.5 Pasos o procedimiento de la investigación.....	32
3.6 Técnicas y herramientas de investigación .....	33

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

4.1 Encuesta .....	36
4.2 Análisis de la entrevista .....	46
Entrevista al Gerente.....	46
Entrevista a los empleados de Bodega .....	47
Entrevista a los empleados de Bodega .....	49
4.4 Guía de observación en el área de bodega.....	50
1.5 Diagrama Causa-efecto.....	52
1.6 Plan de mejoras.....	53
4.7 Análisis Costo-Beneficio .....	54
Conclusiones.....	55
Recomendaciones.....	56
Bibliografía .....	57

## **ANEXOS**

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro: 1 Plantilla de trabajadores de la Importadora " Kay S.A" .....	26
Cuadro: 2 Clientes de la Importadora " Kay S.A" .....	27
Cuadro: 3 Principales productos de la Importadora " Kay S.A" .....	28
Cuadro: 4 Población de la Importadora " Kay S.A" .....	31
Cuadro: 5 Muestra de la Importadora " Kay S.A" .....	31
Cuadro: 6 Técnicas y Herramientas de la Importadora Kay S. A .....	33
Cuadro: 7 Guía de Observación de la Importadora Kay S. A .....	34
Cuadro: 8 Tiempo/cliente.....	36
Cuadro: 9 Puesto/ Cliente.....	37
Cuadro: 10 Medios .....	38
Cuadro: 11 Referencias .....	39
Cuadro: 12 Evaluación/entrega pedidos.....	40
Cuadro: 13 Cantidad de productos .....	41
Cuadro: 14 Estado de productos .....	42
Cuadro: 15 Atención de problemas .....	43
Cuadro: 16 Actividades comerciales.....	44
Cuadro: 17 Evaluación de servicio .....	45
Cuadro: 18 Resultados de Guía de observación .....	50
Cuadro: 19 Plan de Mejoras .....	53
Cuadro: 20 Análisis Costo-Beneficio .....	54

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura: 1 Estructura Organizacional de la Importadora "Kay S.A" .....	25
Figura: 2 Descripción del proceso de despacho de la Importadora " Kay S.A" .....	29
Figura: 3 Tiempo/cliente .....	36
Figura: 4 Puesto/ Cliente .....	37
Figura: 5 Medios .....	38
Figura: 6 Referencias .....	39
Figura: 7 Evaluación/entrega pedidos .....	40
Figura: 8 Cantidad de productos.....	41
Figura: 9 Estado de productos.....	42
Figura: 10 Atención de problemas .....	43
Figura: 11 Actividades comerciales .....	44
Figura: 12 Evaluación de servicio .....	45
Figura: 13 Diagrama causa-efecto.....	52

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

##### **1.1 Ubicación del Problema en un contexto**

La importadora Kay S.A, inicio sus actividades en junio del 2019, siendo su principal objetivo ofrecer artículos varios (bazar, juguetería, hogar), bajo la modalidad de venta al por mayor y menor. La mercadería que ofrecen es importada directamente desde China, por lo que ofrecen precios económicos para los clientes.

Se ha podido visualizar la importancia que tiene el área de bodega dentro de cualquier empresa, el gran trabajo que en ella se realiza, donde debe existir la responsabilidad, organización, eficiencia y eficacia. Es vital que las empresas dedicadas a la comercialización de productos realicen el despacho de la mercadería, cumpliendo las expectativas que buscan los clientes tales como: entrega correcta y a tiempo, excelente empaquetado, pedido completo, artículos en buen estado, en conclusión, sin errores.

El Cliente siempre espera que el producto que se le entrega sea correcto, sin daños, en el tiempo requerido y a un costo razonable. Cuántas veces hemos escuchado “El Cliente siempre tiene la razón”; de ahí el motivo por el cual al no darles lo que desean, sencillamente encontrarán alguien que sí puede hacerlo. (Schwarz, 2002)

Podríamos decir que en este punto la logística que maneje la empresa debe ser excelente, ya que de esto dependerá la opinión que tenga el cliente de la compañía.

América Latina es una de las regiones que a escala mundial presenta un mayor rezago en materia de desempeño logístico. Su posicionamiento se ve reflejado, entre otros indicadores, a través de la medición anual del Índice de Desempeño Logístico (LPI)<sup>1</sup>, en el que, en términos generales, la región se sitúa lejos de la mejor puntuación observada en el índice de los países integrantes de la OCDE. Con excepciones de Chile y Brasil, la mayoría de los países de América Latina difieren en más de un punto, respecto a la mejor calificación mundial.

Los escasos proyectos de plataformas logísticas, la concentración de transporte por carretera, el casi inexistente transporte fluvial sumado a las regulaciones aduaneras. (Lideser, 2017)

El Ecuador ocupa el puesto 62 del índice de desempeño logístico: Ecuador no termina de convencer, el IDL ecuatoriano ha sido aceptable durante los últimos nueve años. En 2018 ocupó la posición 62 de 158 países; escalando 12 posiciones en comparación a 2016. En cuanto a los criterios analizados dentro del índice, la aduana -considerando su eficiencia en el despacho aduanero- ocupó el puesto 48; la infraestructura, es decir su calidad relacionada con el comercio y el transporte ocupó el puesto 69; los envíos internacionales el puesto 80; la competencia de servicios logísticos el puesto 70; el seguimiento y rastreo la posición 55. Finalmente, en puntualidad (frecuencia de arribo de embarques al destinatario dentro del plazo previsto) alcanzó el puesto 75. (Criterios digital, 2019)

## **1.2 Situación conflicto**

Importadora Kay S.A, dedicada a la venta al por mayor y menor de artículos varios (bazar, juguetería, hogar), ubicada en la ciudad de Guayaquil, en el presente año, presenta una elevada cantidad de reclamos

con el despacho de la mercancía, esto causa que los clientes actuales busquen otros lugares.

Con el paso del tiempo la empresa absorbe nueva mercancía, esto causa una cantidad de pedidos para las microempresas, de esta forma se recibe la mercancía, con reclamos como:

Se entregan los pedidos en el tiempo no establecido

Los pedidos no están completos

La mercancía llega en mal estado

Los componentes que no indican muestran a la compañía que presente poca confianza, causa la dificultad que disminuir los clientes que tienen carta de pagos al día.

Se puede visualizar que surgen reclamos de los pedidos que no se encuentran despachados, lo que causa que se pierda un cliente de esta forma las ventas disminuyen.

### **1.3 Formulación del problema**

¿Cómo incide el proceso de despacho de mercadería en la satisfacción del cliente de la Importadora Kay S.A., ubicada en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas, en el periodo 2020?

### **1.4 Delimitación del problema**

Campo: Logística

Área: Proceso de despacho

Aspecto: Satisfacción del cliente

Contexto: Importadora Kay S.A.

Provincia: Guayas

Cantón: Guayaquil

Año: 2020

## **1.5 Variables de la investigación**

### **1.5.1 Variable independiente**

Proceso de despacho

### **1.5.2 Variable dependiente**

Satisfacción del cliente

## **1.6 Objetivos de la investigación**

### **1.6.1 Objetivo general**

Proponer mejoras en el proceso de despacho de mercadería para satisfacer a los clientes de la Importadora Kay S.A. de la ciudad de Guayaquil.

### **1.6.2 Objetivos específicos**

Fundamentar desde la teoría de la Logística la relación que existe entre el proceso de despacho de mercaderías y la satisfacción del cliente.

Diagnosticar el estado actual del proceso de despacho que se desarrolla en la Importadora Kay S.A.

Diseñar en base a los resultados del diagnóstico mejoras al proceso de despacho que aporte a satisfacer los clientes de Importadora Kay S.A. de la ciudad de Guayaquil.

## **1.7 Justificación e importancia**

La Importancia se basa en que no siempre las compañías logran cumplir con éxito el proceso de despacho de mercaderías, puede que uno de los pasos sea omitido o no se realicen correctamente, lo que generará malestar en el cliente y por lo consiguiente generará reducción de ventas y obviamente conducirá a una baja productividad.

De allí parte la necesidad que tienen las empresas de implementar un proceso de despacho que logre cumplir expectativas, que no sea complicado y pueda ser realizado por los bodegueros, con la finalidad de generar buenas críticas con relación a la atención brindada hacia el cliente

El presente trabajo de investigación tiene como aspecto relevante, la solución de los inconvenientes presentados en el proceso de despacho de mercaderías, en el cual no se cuenta con la suficiente organización. Además, va a beneficiar a la economía de la empresa, debido que los clientes se mostraran más complacidos en cuanto a la correcta entrega de su mercadería.

Como aporte práctico podemos destacar que, a través de la elaboración de mejoras en el proceso de despacho, se resolverán conflictos que existen diariamente en el área de bodega de cualquier empresa, se conocerán los errores comunes que provocan un desequilibrio en los procesos logísticos, además permitirá exponer los efectos negativos que interfieren en la satisfacción del cliente.

Dentro de la utilidad metodológica de la investigación encontramos que, a través del estudio, se aprenderá a realizar correctamente las fases del proceso de despacho, las cuales tienen un orden específico, con esto se pretende tener un método que permita crear una organización y responsabilidad por parte del área de bodega. Asimismo, entenderemos que parámetros deben respetarse a la hora de realizar el proceso y las consecuencias que implicarían en la satisfacción del cliente.

Al referirnos a la relevancia social, se considera que, gracias al trabajo de investigación a realizar, se pretende romper esquemas sobre los repetidos y obsoletos procesos, que vienen realizando diferentes empresas. Desde una perspectiva más general, servirá de ejemplo a aquellos negocios dedicados a la actividad comercial que posiblemente presenten los mismos problemas y tienen dudas de cómo dar solución. Adicional permitirá conocer el impacto que tiene el área de bodega en relación a la satisfacción del cliente y como se puede lograr un equilibrio entre ambas.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

##### **2.1.1 Antecedentes históricos**

A lo largo de la historia podemos establecer que la logística ha pasado por diversos cambios de los cuales podemos mencionarlos de la siguiente forma:

El nacimiento de la logística se remonta a cuando el ser humano almacenaba comida en las cuevas con el propósito de tener comida durante el frío y largo invierno, gestionando lo que hoy día conocemos como el proceso de aprovisionamiento y el control de inventarios.

En la época antigua de la civilización occidental entre los años 500 y 430 antes de nuestra era los griegos recurrían al término logística para definir el tipo de razonamiento que empleaba símbolos matemáticos y números. Por otra parte, en Atenas se decían logísticos a los funcionarios que calculaban las necesidades del Estado.

En aquella época los productos no se transportaban, por lo que los humanos se veían obligados a vivir cerca de los lugares de producción maximizando la rentabilidad presente y futura de la civilización, en términos de costes y efectividad.

Pensamos que la denominada logística moderna tiene su origen en el ámbito de la ingeniería militar:

- ❖ Organización del movimiento de las tropas
- ❖ Alojamiento
- ❖ Transporte
- ❖ Avituallamiento

En situaciones de guerra, la eficiencia para transportar y almacenar los materiales y víveres resulta vital y la logística militar se incorpora al mundo empresarial desde donde las técnicas logísticas evolucionaron hasta su concepto actual. (Catalunya, 2017)

Ya en esa época se enfocó a la logística integral en base a costos; es decir la red de suministro buscaba mantener un equilibrio entre costo de fabricación y el costo del proceso de abastecimiento de suministros. En 1955, la logística se enfoca más a la satisfacción del cliente, lo que provocó que, en cada etapa del proceso, se tenga como fin último la satisfacción del cliente (tomando en cuenta el costo que incurriría el cumplimiento de los objetivos). También en este periodo se buscaba obtener mayores ganancias y lograr una ventaja competitiva a través de la satisfacción del cliente (Paredes Vargas, 2018).

Por su parte dentro de los antecedentes del continente americano en relación con la logística, destacamos uno de los acontecimientos más importantes, el cual permitió el intercambio de productos y personas, abriendo nuevos comercios y siendo un gran aporte histórico.

#### El Canal de Panamá

Tanto la construcción del canal como su posterior remodelación han supuesto dos grandes hitos en la historia de la logística, no sólo por la influencia que tuvieron al permitir y potenciar nuevas rutas marítimas sino por la complejidad que supuso su construcción. El Canal de Panamá y su ampliación han modificado el mapamundi de la logística. (Datasur, 2019)

Cabe considerar, por otra parte, que dentro de nuestro país se dieron acontecimientos que fueron vitales para el progreso económico-comercial y logístico como:

#### El ferrocarril Guayaquil - Quito

Hay que tener presente que, hasta comienzos del siglo XX, los agricultores del norte de Perú eran los abastecedores naturales de granos y verduras de la cuenca baja del Guayas.

El ferrocarril fue un factor clave a la hora de racionalizar el precio de los productos agrícolas. Antiguamente una buena cosecha, lejos de ser una bendición, era una auténtica tragedia. La imposibilidad que suponía transportar los excedentes a los sitios donde escaseaban provocaba la saturación de los mercados y la consecuente caída en picada de los precios.

Esta dificultad se solucionó así mismo gracias a las facilidades de transporte que ofrecía este medio. Además, el ferrocarril ayudó tanto al despegue de la producción de leche como a su industrialización, gracias a que permitió llevar a grandes distancias y en condiciones óptimas un producto delicado, perecedero y de difícil manipulación.

La máquina a vapor sacó, pues, a las provincias centrales de la crisis económica, una crisis que arrastraban desde hace doscientos años, desde que la economía obrajera quiteña pasó a mejor vida. (Hidalgo, 2016)

#### Satisfacción del Cliente (Antecedentes)

Si bien es cierto, uno de los aspectos con mayor interés es el de la opinión del usuario, es decir si está conforme con la atención recibida. A lo largo de la historia se dieron acontecimientos, que han sido de ayuda a mejorar el vínculo con el cliente.

#### Los inicios

Podemos encontrar el inicio de la atención al cliente en 1.946, con la creación de los primeros estándares sobre la atención al cliente y la calidad en el servicio por parte de la Organización Internacional de Normalización (ISO). Estos fundamentaron todos sus requisitos en el cliente como eje principal, a partir de las mismas las empresas despliegan todos sus recursos para garantizar la satisfacción de los usuarios.

Con la llegada de internet a este servicio se produjeron grandes avances:

- Se mejoró la homogeneidad y estandarización de los procesos de capacitación al cliente.
- Se interiorizó la importancia de la atención al cliente para las empresas.
- Se crearon nuevos canales de comunicación entre clientes y entidades.
- Se buscó la profesionalización y formación de los equipos de atención al cliente en las compañías. (Servinform, 2019)

Dentro de este marco, cuando nos referimos a los antecedentes que marcaron la historia de la satisfacción del cliente, podemos señalar que, durante la crisis internacional del 2008, en Latinoamérica se dieron situaciones que afectaron al cliente en general como:

“La crisis económica de 2008 tuvo un efecto devastador sobre la relación entre las empresas y sus clientes, y entre las Administraciones Públicas y los contribuyentes: hubo una pérdida de confianza recíproca por el intento de exprimir al ciudadano para obtener unos recursos cada vez más escasos y los clientes-contribuyentes respondieron con una exigencia superior, apoderados en este tiempo por la tecnología digital. Se produjo una especial deshumanización que propició que los clientes fuesen considerados como una mercancía. Se sobreexplotó al usuario, se abusó de sus necesidades, se restringió la información que precisaba, y, en muchos casos, se robotizaron las relaciones con ellos privándolas de la personalización debida”. (Zarzalejos, 2018)

En nuestro país la calidad de atención al cliente ha variado conforme han transcurrido los años, se nota una alta insatisfacción que ha hecho crear una negativa imagen en relación a la cultura de servicio brindada en Ecuador.

La débil legislación y la ineficacia de las instituciones de control deja a los consumidores indefensos frente a productos con defectos de fábrica que se venden en el mercado.

Lo revelan datos de la Defensoría del Pueblo, que en el 2008 registró cerca 68.000 quejas clasificadas como violaciones a los derechos del consumidor.

El 24% fueron reclamos por mala calidad de bienes, es decir, cerca de 16.300, y se materializaron en menos de 20 denuncias en el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN).

El cambio de un producto o aparato defectuoso en EE. UU. o en Europa es común, detalla la directora de la Tribuna del Consumidor, María José Troya, y se conoce en campañas por medios masivos; así las empresas se protegen de demandas.

En Ecuador, en cambio, las compañías no tienen la obligación de dar a conocer si un producto ingresó al mercado con fallas. Troya advierte que, aunque se pueden ejecutar procesos por mala calidad, no hay en el país la acción de clase que implica que, si un consumidor gana una acción contra una empresa, todos quienes hayan adquirido ese producto se beneficien de indemnizaciones, reemplazos o correcciones. (Universo, 2009)

### **2.1.2 Antecedentes referenciales**

A continuación, como bases referenciales se han tomado en cuenta trabajos de investigación relacionados con el actual tema de estudio. Los mismos han proporcionado información relevante, sirviendo como guía a tomar en cuenta sobre el planteamiento de mejoras en el proceso de despacho.

En la Universidad Católica San Pablo, se sustentó la tesis: (Paredes Vargas, 2018) “**Propuesta de Mejora del Proceso de Almacenamiento y Distribución de Producto Terminado en una Empresa Cementera del Sur del País**” Se explica dentro de esta investigación que los productos almacenados en la bodega son despachados con dificultad, ya que las zonas de almacenamiento no se encuentran definidas, carecen de señalización, y las zonas no están distribuidas adecuadamente para facilitar el orden de los inventarios, ya sea por categorías como: producto y presentación. No existe un orden dentro del almacén en las vías de tránsito y en las zonas de carga, lo cual implica que no se aprecie la ubicación de los productos, dado que estas zonas vienen cambiando frecuentemente según los criterios del personal operativo.

Una de las similitudes con esta tesis es que dentro del área de bodega de la Importadora Kay también se requiere un orden categórico para que facilite las actividades de despacho. En esta investigación se pretende tomar la idea del análisis data, en relación al tiempo que toma realizar el despacho de pedidos, de acuerdo al monto, el tipo de envío y de productos vendidos.

En la Universidad de Guayaquil, se sustentó la tesis (Campoverde Cayetano, 2017)“**Diseño de un manual de gestión logística en el Almacén de la empresa Star Office de la ciudad de Guayaquil**”. Se trata de un incorrecto manejo logístico en relación con el almacenaje de ciertos productos. A su vez dentro de la bodega existe desorden, puesto que se observa productos apilados sin estanterías, lo cual provoca una rotación inadecuada de los productos, en consecuencia, existirán artículos sin rotación durante largos periodos, los mismos que finalmente se convertirán en obsoletos sin oportunidades de venta.

Algo que se asemeja a este trabajo investigativo, es que existe mercadería en mal estado, no se controla esa parte del proceso (rotación y orden en las perchas), y por lo consiguiente es despachada al cliente y crea un conflicto en relación a la atención brindada. Una de las principales ideas

tomadas de esta tesis, es que se va a aplicar el uso de las encuestas, ya que dentro de nuestros objetivos específicos se busca diagnosticar el estado actual del proceso de despacho, respondiendo al por qué de la insatisfacción del cliente.

En la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, se sustentó la tesis (Gellibert, 2015) **“Propuesta de mejora en procesos logísticos de la empresa Hidrosa s.a. para maximizar la satisfacción del cliente.”** Por otro lado, dentro de este trabajo, se hace referencia a la importancia de su funcionalidad, eficiencia y los resultados que emite con relación a la satisfacción del cliente. El plan de mejoras está dirigido a aquellas empresas que poseen una adecuada gestión en el área logística, aquellas que se adaptan a los diversos cambios dentro del mercado, y que se enfocan en satisfacer las exigencias de los usuarios, asegurando su permanencia en el mercado.

En base a esto esta tesis al igual que la investigación en curso, busca revisar y analizar los procesos logísticos actuales, en busca de causas que permitan conocer los ineficientes despachos que se dan dentro de la empresa. Algo que tomamos como referencia de este trabajo es la implementación de un control de inventario, con información sobre las observaciones de los productos existentes en bodega.

A diferencia de los trabajos de investigación antes mencionados, la tesis en desarrollo enfoca de manera más amplia el despacho, es decir desde que se recibe la nota de pedido hasta que se entrega al cliente.

Básicamente se pretende dar solución a aspectos como:

- Emisión de la nota de pedido con los requerimientos claros y a tiempo.
- Los productos estén ubicados correctamente en la bodega.
- El pedido despachado este en las cantidades adecuadas.
- Los artículos estén en buen estado.

- El empaquetado del producto sea seguro y adecuado.
- Los datos de envío sean claros y certeros.
- El pedido esté listo y sea entregado a la hora acordada con el cliente.
- El cliente muestre satisfacción con el servicio brindado.

Es por eso que no se pretende focalizar únicamente en aspectos específicos del área de bodega, es decir no solo en el almacenaje o en la rotación adecuada de productos o simplemente proponer mejoras en empresas que no presentan errores ni inconvenientes. Se cree que es vital para la solución de problemas enfatizar en todos los pasos, adecuar uno a uno y hallar una mejora que lleve a visualizar una alta satisfacción del cliente. Finalmente, ese es el objetivo meta tener al consumidor final satisfecho.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

### Capítulo xiii

#### Infracciones y sanciones

Art. 71.- Indemnización, Reparación, Reposición y Devolución. - Los consumidores tendrán derecho, además de la indemnización por daños y perjuicios ocasionados, a la reparación gratuita del bien y, cuando no sea posible, a su reposición o a la devolución de la cantidad pagada, en un plazo no superior a quince días, en los siguientes casos:

1. Cuando en el producto que se hubiere adquirido con determinada garantía y, dentro del plazo de ella, se pusiere de manifiesto la deficiencia o características del bien garantizado, siempre que se hubiere destinado al uso o consumo normal de acuerdo a la naturaleza de dicho bien. Este derecho se ejercerá siempre y cuando el proveedor haya incumplido con la garantía;
2. Cuando cualquier producto, por sus deficiencias de fabricación, elaboración, estructura, calidad o condiciones sanitarias, en su caso, no sea apto para el uso al cual está destinado;

3. Y, Cuando considerados los límites de tolerancia permitidos, el contenido neto de un producto resulte inferior al que deben ser o la cantidad sea menor a la indicada en el envase o empaque.

Art. 80.- Reincidencia. - En caso de reincidencia en las infracciones que establece la presente Ley, la multa señalada podrá ser elevada al doble, además de la clausura temporal o definitiva del establecimiento; se considerará reincidente al proveedor que sea sancionado por una misma infracción a esta Ley, dos veces o más dentro del mismo año calendario.

Para la aplicación de multas, la autoridad competente tendrá en cuenta la gravedad de la infracción, la cuantía de lo disputado, el grado de afectación a usuarios y consumidores, los ingresos y ganancias del infractor, entre otras que determine en su reglamento la Superintendencia de Defensa del Consumidor, Competencia y Control del Poder del Mercado." (Legislativo, 2018)

## **2.3 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.3.1 Variable independiente**

El proceso de despacho

Proceso:

Proceso es "un conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan para obtener unos resultados que cumplan con ciertos requisitos previamente establecidos a partir de la transformación de unas entradas". (Federico Alonso Atehortúa Hurtado, 2008)

Despacho:

Proceso en el cual se gestiona la salida de la mercadería, que va desde la generación de la documentación necesaria (guías de remisión, hoja de packing, etc.); la inspección física del producto (físico vs documentos); hasta el embarque de la mercadería en el transporte correspondiente. (Chuquino, 2020)

Proceso de despacho:

Dados los conceptos antes mencionados, podemos definir el proceso de despacho como: “una secuencia de pasos ordenados, previamente establecidos para la entrega de mercaderías, solicitada anticipadamente por el cliente.

Importancia del proceso de despacho:

El despacho de mercancías es importante porque permite la organización de los productos o mercancías que se requiere enviar a un punto de entrega. Las personas encargadas del despacho de mercancías deben estar cualificadas para determinar de qué manera deben ser despachados ya que se puede organizar la en cajas o de manera individual acorde a las características del producto.

Es importante resaltar que el encargado del despacho cumpla a cabalidad con las normas de seguridad tanto para el producto como para el trabajador garantizando su integridad y la calidad del producto.

Un aspecto sobre el cual hay que profundizar es la organización de los productos y mercancías en el lugar de almacenamiento ya que esto permite optimizar tiempo de despacho y rotación del producto, es primordial que los despachos se hagan de acuerdo a los tiempos de recibo de manera que se garantice la entrega oportuna y se cumpla con los tiempos de respuesta. (ClubEnsayos, 2016)

Fases del proceso de despacho de mercaderías:

Definición: despacho de mercancía que es un proceso ultimo de un producto que se instala en el almacenaje.

Las fases del proceso de despacho de mercaderías son las siguientes:

1. Planificación de las entregas que realizar: se despachara la mercancía que no se encuentra en buen estado de esta forma se

la va a separar de las funciones operacionales de la bodega y de proceder a planificar la documentación que es importante:

- Ordenar el listado de pedidos que preparar.
  - Asignar los pedidos a los transportistas e indicar las franjas horarias en las que tendrán que recoger la mercancía.
  - Prever el espacio necesario en la zona de almacenaje temporal junto a despachos.
2. Otras tareas que se pueden dar en esta fase del despacho de mercancías es la personalización de los envíos (por ejemplo, envolviéndolos en papel de regalo en el caso de algunos e-commerce) o el montaje de kits o packs (muy común con productos en promoción).
  3. Carga de la mercancía: en orden en el instante de traslado con pedido al lugar que corresponde, deben cumplir las funciones determinadas.
    - Se revisa en el momento el remolque que se encuentra en espera.
    - Se realiza la entrega al sr transportista con sus documentos que se deben firmar. (Mecalux, 2019)

### **2.3.2 Variable dependiente**

#### Satisfacción del cliente

Satisfacción: Es una respuesta emocional del cliente ante su evaluación de la discrepancia percibida entre su experiencia previa/expectativas de nuestro producto y organización y el verdadero rendimiento experimentado una vez establecido el contacto con la organización, una vez que ha probado nuestro producto. (Vavra, 2002)

Cliente: Es la persona que adquiere un bien o servicio para uso propio o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente. Constituye el elemento fundamental por y para el cual se crean productos en las empresas. (Bastos, 2007)

Satisfacción al cliente: Es la idea que se hace el cliente sobre si su organización ha cumplido o superado sus expectativas según sus criterios de conducta global y rendimiento (datos de fundamental importancia para usted. (Vavra, 2002)

Importancia de Satisfacción del cliente:

Medir la satisfacción del cliente nos permite saber qué tan bien se desempeñan nuestros procesos y el personal; y predecir cómo estarán las ventas. Para lograr la excelencia en el servicio al cliente y, por tanto, aumentar las posibilidades de tener buenos resultados financieros, es menester conocer su opinión acerca de nuestro trabajo.

Numerosas investigaciones revelan que los negocios nunca se enteran de la mayoría de las quejas de sus clientes, que aquellos molestos generan publicidad muy negativa y aquel cuya queja fue bien atendida se convierte en uno leal y agradecido.

¿Cómo medir la satisfacción del cliente?

1. Contar con una lista de indicadores balanceados que representen bien nuestro nivel de servicio; algunos de ellos incluyen: número de quejas, satisfacción de clientes, nivel de lealtad (returning customers) y preferencia del consumidor (share of mind; top of mind).

Por supuesto, también se pueden medir procesos o personal que inciden en la satisfacción del cliente; algunos de ellos son: tiempo de espera en fila, variabilidad de los procesos, disponibilidad de inventarios y ausentismo del personal.

2. Identificar los mecanismos adecuados de medición. La lista es sumamente extensa y cada empresa debe conocer los que le permitirán escuchar efectivamente la voz del cliente. Entre tales mecanismos están:
  - ✓ Sistemas de recepción de quejas

- ✓ Buzones de sugerencias
  - ✓ Encuestas de satisfacción
  - ✓ Realización de grupos de enfoque
  - ✓ Cuestionarios y entrevistas personalizadas y rutinarias.
3. Agrupar la información que generen los diferentes mecanismos y presentar el panorama global (big picture) que forzosamente debe incluir los índices de satisfacción y de lealtad (el primero puede venir de un resumen de encuestas y el segundo de un análisis de ventas).

#### Herramientas que ayudan a medir la satisfacción del cliente

El mecanismo más popular para medir la satisfacción son las encuestas. Generalmente preguntan al cliente cómo fue su experiencia con los elementos clave del servicio, además de indagar sobre otros aspectos como la importancia relativa de esos elementos, la posibilidad de que recomiende o vuelva al negocio y lo que más le gustaría que cambiara dentro del servicio.

El modelo más popular para conocer los elementos del servicio es el SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Berry y Zeithaml, y que agrupa cinco dimensiones:

1. Confiabilidad: efectividad/calidad y solución de problemas.
2. Bienes tangibles: limpieza de instalaciones y apariencia del personal.
3. Capacidad de respuesta: tiempo de espera, duración del servicio, disponibilidad del personal y horarios.
4. Seguridad: Confianza en el servicio y credibilidad.
5. Empatía: Ser servicial, amable y atención personalizada.

Posteriormente se establece la escala de medición. La más usada es la escala Likert, que mide el grado de satisfacción del cliente al usar un número impar de opciones, que generalmente va entre cinco a siete y en donde el valor medio representa “regular” y el resto de las opciones son posturas opuestas (ejemplo: mal – bien). (Flores, s.f.)

## Beneficios de Lograr la Satisfacción del Cliente:

Si bien, existen diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente:

**Primer Beneficio:** El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y, por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

**Segundo Beneficio:** El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

**Tercer Beneficio:** El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado.

## Elementos que Conforman la Satisfacción del Cliente:

Como se vio en la anterior definición, la satisfacción del cliente está conformada por tres elementos:

1. **El Rendimiento Percibido:** Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió. El rendimiento percibido tiene las siguientes características:
  - Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa. o Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
  - Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.

- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
  - Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos. Dada su complejidad, el "rendimiento percibido" puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el "cliente".
2. Las Expectativas: Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de éstas cuatro situaciones:
- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
  - Experiencias de compras anteriores.
  - Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (p.ej.: artistas).
  - Promesas que ofrecen los competidores.
3. Los Niveles de Satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:
- ❖ Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
  - ❖ Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
  - ❖ Complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.
- (Thompson, 2015)

¿Cómo lograr la satisfacción del cliente?

Cuando logramos un cliente plenamente satisfecho, éste no sólo volverá a comprarnos, sino que muy probablemente se convertirá en un cliente fiel

a nuestro producto, empresa o marca, y nos recomendará con otros consumidores. A continuación, algunas formas de lograr la satisfacción del cliente:

- Ofrecer un producto de calidad: La primera forma de lograr la satisfacción del cliente consiste en ofrecerle un producto o servicio de buena calidad, es decir, un producto que cuente con insumos de primera, que tenga un diseño atractivo, que sea durable en el tiempo y, sobre todo, que satisfaga sus necesidades, gustos y preferencias.
- Cumplir con lo ofrecido: La segunda forma consiste en cumplir con todo lo ofrecido o prometido, por ejemplo, procurar que el producto cuente con las características mencionadas en la publicidad, hacer efectivas las promociones de ventas, respetar las condiciones pactadas, cumplir con los plazos de entrega, etc.
- Brindar un buen servicio al cliente: Una forma efectiva de lograr la satisfacción del cliente es ofreciéndole un buen servicio al cliente, es decir, ofreciéndole una buena atención, un trato amable, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, una rápida atención, etc.
- Brindar una atención personalizada: Un aspecto importante del servicio al cliente que nos puede ayudar a lograr la satisfacción del cliente consiste en brindarle una atención personalizada, por ejemplo, ofrecerle promociones exclusivas, brindarle un producto que satisfaga sus necesidades particulares, procurar que un mismo trabajador atienda todas sus consultas, etc.
- Brindar una rápida atención: Otro aspecto importante del servicio al cliente que también nos puede ayudar consiste en brindarle una rápida atención, ya sea al atender sus pedidos, al entregarle su producto, al brindarle un servicio, al atender y resolver sus problemas, quejas y reclamos, etc.
- Resolver problemas, quejas y reclamos: Otra forma consiste en atender y resolver sus problemas, quejas y reclamos de manera rápida y efectiva, por ejemplo, contando con una política de

devoluciones que le permita al cliente devolver productos defectuosos a cambio de su dinero o de otros productos.

- Brindar un servicio extra: Y finalmente, otra forma efectiva de lograr la satisfacción del cliente consiste en brindarle uno o varios servicios extras, por ejemplo, la entrega del producto a domicilio, la instalación gratuita del producto, servicio técnico gratuito, garantías u otros servicios de post venta. (Komiya, 2013)

## 2.4 GLOSARIO DE TÉRMINOS

**IVR:** Es una tecnología de telefonía que permite que los que contactan, habitualmente, con una compañía puedan interactuar con los sistemas de la compañía e ir navegando por menús de voz hasta llegar al destino adecuado para resolver su incidencia o petición. (Zadarma, 2019)

**Consolidación:** La consolidación es una popular estrategia de crecimiento para negocios grandes y pequeños. Las empresas consolidan sus operaciones, marcas e identidades de varias maneras, a través de adquisiciones, fusiones o compras privadas. (Ingram, 2018)

**Deshumanización:** Suele ser considerada como una cuestión social. Puede decirse en un sentido amplio que las sociedades modernas ya no se conmueven ni se indignan por tragedias que antes sí generaban un impacto. Por lo tanto, la gente se deshumanizó, no siente empatía o compasión como ocurría en el pasado. (Pérez y Merino, Definicion.de, 2017)

**Homogeneidad:** Se trata de un término que se utiliza para referirse a todas aquellas reacciones que tienen lugar cuando todos y cada uno de los elementos que intervienen en ellas se hallan en lo que sería una misma fase, es decir, la noción de homogeneidad también puede utilizarse para nombrar a un conjunto formado por elementos iguales. (Pérez y Merino, Definicion.de, 2010)

**Share of mind:** Es la forma de conocer cuáles son las marcas de una categoría de productos que el consumidor tiene en su mente. En otros

términos, el share of mind es la participación en la mente del consumidor. (Todomarketing, 2015)

**Likert:** Es una herramienta de medición que, a diferencia de preguntas dicotómicas con respuesta sí/no, nos permite medir actitudes y conocer el grado de conformidad del encuestado con cualquier afirmación que le proponamos. Resulta especialmente útil emplearla en situaciones en las que queremos que la persona matice su opinión. En este sentido, las categorías de respuesta nos servirán para capturar la intensidad de los sentimientos del encuestado hacia dicha afirmación. (Llauradó, 2014)

## **CAPÍTULO III METODOLOGÍA**

### **3.1 Presentación de la empresa**

Importadora Kay S.A, se inició el 5 de junio del 2019 en la ciudad de Guayaquil, su actividad económica principal es la venta al por mayor y menor de artículos de plástico. Actualmente tienen un solo local que se encuentra ubicado en la zona comercial “Noguchi 529 y Ayacucho”.

Cabe resaltar que su principal función es proveer mercadería al por mayor a microempresarios de distintos lugares del país, aunque también venden artículos por menor al consumidor final, esto se realiza con poca frecuencia.

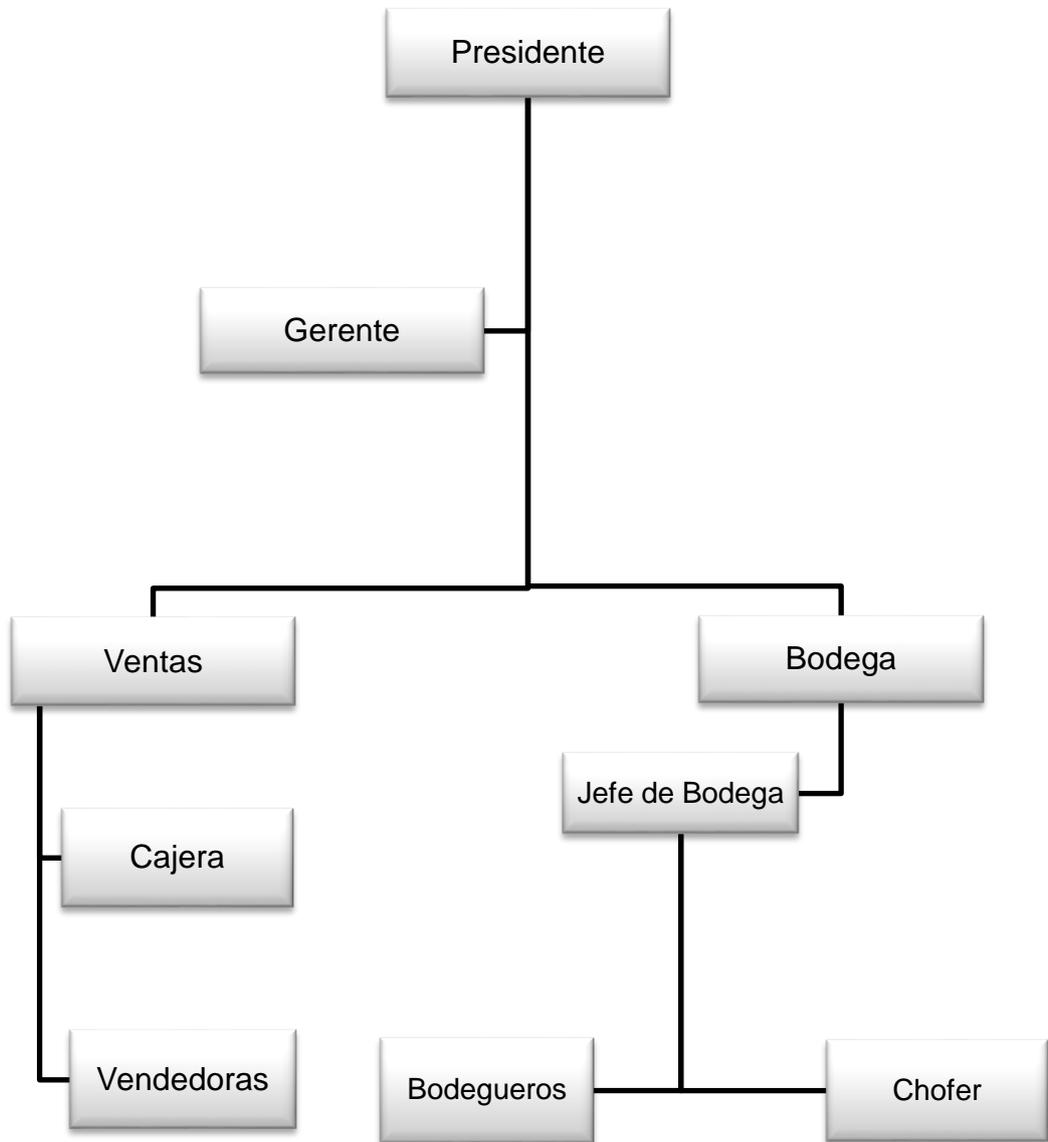
#### **3.1.2 MISIÓN:**

Comercializar productos varios para el hogar, superando expectativas, por medio de la innovación y mejoramiento continuo de la calidad de nuestros productos, con los precios más bajos y un eficiente servicio.

#### **3.1.3 VISIÓN:**

Ser una compañía líder en la importación y comercialización de artículos de plástico, siendo considerada por nuestros clientes como la mejor opción por ser eficiente y confiable.

### 3.1.4 Estructura Organizativa



**Figura: 1 Estructura Organizativa de la Importadora "Kay S.A"**  
Fuente: Gerencia de la Importadora "Kay S.A"

### 3.1.5 Plantilla de trabajadores

Área Ocupacional	Funciones	N.º Trabajadores
Presidente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representante legal de la compañía.</li> <li>• Establece las normas y decisiones tomadas en la empresa.</li> </ul>	1
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direcciona a la empresa hacia los objetivos a cumplir.</li> <li>• Realiza una revisión periódica del funcionamiento de la empresa.</li> <li>• Transmite las decisiones establecidas a los empleados.</li> <li>• Entabla relaciones laborales.</li> </ul>	1
Cajero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realiza los cobros a los clientes.</li> <li>• Recepción y registro de cheques y giros.</li> <li>• Realiza el cierre de caja.</li> </ul>	1
Vendedoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Emisión de notas de pedido y facturas.</li> </ul>	2
Jefe de Bodega	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direcciona sobre las normas y procesos a realizar en el área.</li> <li>• Supervisión de entrada de los contenedores.</li> <li>• Supervisión de despacho de mercaderías.</li> </ul>	1
Bodegueros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepción y carga de mercaderías a la bodega.</li> <li>• Registro de existencias.</li> <li>• Mantener en orden el área de almacenaje.</li> <li>• Despacho de mercaderías.</li> <li>• Elaboración de guías de remisión.</li> </ul>	3
Chofer	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega de mercaderías a los diferentes transportes para él envío a los clientes.</li> </ul>	1

**Cuadro: 1 Plantilla de trabajadores de la Importadora " Kay S.A "**

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

### 3.1.6 Clientes

A continuación, se detalla el número de clientes y su ubicación, los mismos realizan exclusivamente compras de productos al por mayor.

<b>Ubicación</b>	<b>N.º Clientes</b>
Guayaquil	20
La Troncal	1
Santa Elena	1
Quevedo	6
Manta	3
Portoviejo	2
Machala	3
Loja	3
Quito	6
Cayambe	6
Ambato	10
Ibarra	3
Babahoyo	8
Cuenca	2
Lago Agrio	1
<b>Total</b>	<b>75</b>

Cuadro: 2 Clientes de la Importadora " Kay S.A"

Fuente: Gerencia de la Importadora "Kay S.A"

### 3.1.7 Competidores

Dentro de la ciudad de Guayaquil, principalmente en la zona de la "Bahía", existen muchas empresas dedicadas a la misma actividad comercial que la Importadora Kay, las cuales son competidoras directas, y son las siguientes:

- ✓ Almacén QQ
- ✓ Importadora Cayambe
- ✓ Importadora Andagana
- ✓ Importadora Megatodo
- ✓ Importadora Lucas

- ✓ Importadora Jimpeng
- ✓ Importadora Haylen
- ✓ Importadora Texjucolsa

### 3.1.8 Principales productos

La Importadora Kay S.A, comercializa una gran variedad de productos, con múltiples características, sin embargo, existen aquellos que destacan y son los más solicitados por los clientes. A continuación, nombramos los siguientes:

<b>Categoría</b>	<b>Nombre del producto</b>
Artículos de Cocina	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cucharones</li> <li>• Cucharetas</li> <li>• Cucharas</li> <li>• Espátulas.</li> </ul>
Artículos de Vidrio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vasos</li> <li>• Bomboneras</li> <li>• Jarras</li> <li>• Floreros</li> </ul>
Artículos de Plástico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomatodos</li> <li>• Jaboneras</li> <li>• Atomizadores</li> <li>• Cuchareras</li> <li>• Pinceros</li> <li>• Pinzas de ropa</li> </ul>
Artículos varios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zapateras</li> <li>• Parasoles</li> <li>• Ventiladores</li> <li>• Sillas para niños</li> </ul>

Cuadro: 3 Principales productos de la Importadora " Kay S.A"  
Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

### 3.1.9 Descripción del proceso de despacho de mercaderías

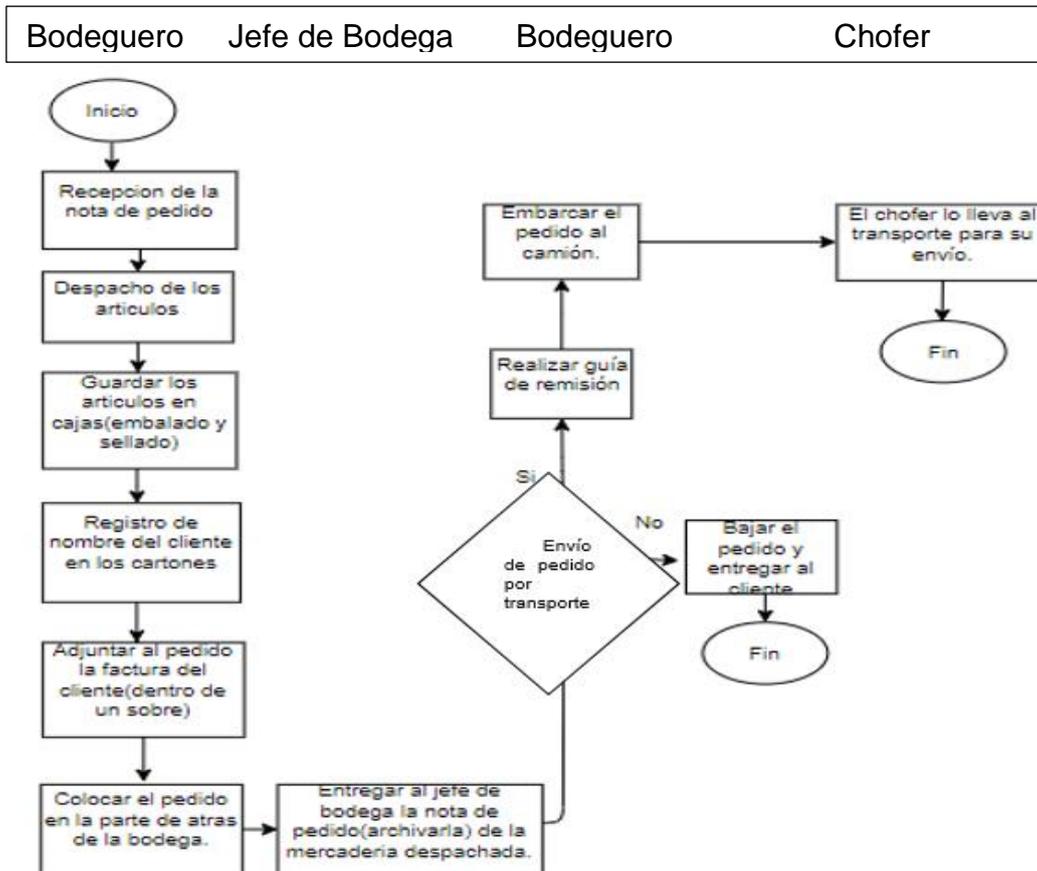


Figura: 2 Descripción del proceso de despacho de la Importadora " Kay S.A"  
Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

## 3.2 Diseño de la investigación

### 3.2.1 Tipos de investigación

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación, se utilizan dos tipos de investigación que permiten una mejor evaluación sobre los problemas presentados en la compañía.

Descriptiva: “En una investigación descriptiva se seleccionan una serie de cuestiones, conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin, precisamente, de describirlas. Estos estudios buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno”. (Cazau, 2006)

En esta perspectiva, se considera que este tipo de investigación permite detallar de manera más clara las características, comportamiento y

situaciones que se dan dentro de la Importadora Kay, es decir describiendo como se efectúa el proceso actual de despacho.

Explicativa: “Este tipo de investigación va más allá de la simple descripción de la relación entre conceptos, estando dirigido a indagar las causas de los fenómenos, es decir, intentan explicar por qué ocurren, o, si se quiere, por qué dos o más variables están relacionadas. No es lo mismo decir que ocupación y preferencia política están relacionadas, a explicar por qué lo están en términos de un vínculo causa-efecto. (Cazau, 2006)

Resaltamos que uno de los beneficios de la investigación explicativa es que no solo detallan los problemas que suscitan dentro la empresa, sino, además cuales son los efectos de cada uno de estos inconvenientes. De allí nace la importancia del uso de este tipo de investigación, puesto que de esta manera será más favorable la búsqueda de soluciones y mejoras.

### **3.4 Población y Muestra**

#### **3.4.1 Población**

Concepto: “Es un conjunto de elementos acotados en un tiempo y en un espacio determinados, con alguna característica común observable o medible.” (Levin, 2004)

Población finita: “Se refiere a que la población tiene un tamaño establecido o limitado, es decir existe un numero entero que indica cuantos elementos hay en la población.” (Levin, 2004)

Ahora bien, dentro del presente trabajo de estudio, la población es considerada finita, puesto que tiene establecido un número exacto, el cual indica el tamaño de la población.

Ítem	Informantes	Población
1	Clientes	75
<b>TOTAL:</b>		<b>75</b>

**Cuadro: 4 Población de la Importadora " Kay S.A"**

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

### 3.4.2 Muestra

Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población. (López, 2004)

Muestra no probabilística: “Se fundamentan en el criterio de selección del propio investigador/a según los objetivos de la investigación y con un juicio y decisiones objetivadas que juega una función clave para determinar qué unidades han formar parte de la muestra.” (Fachelli, 2015)

En esta investigación no se usa “el azar”, se usa el criterio del investigador, por lo consiguiente se determina que la muestra no es representativa. Todo esto debido a que el total de la población no es suficientemente grande (75 clientes) y dado estas circunstancias se decide tomar como muestra total el mismo número de la población.

Ítem	Informantes	Muestra
1	Clientes	75
<b>TOTAL:</b>		<b>75</b>

**Cuadro: 5 Muestra de la Importadora " Kay S.A"**

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

### 3.5 Pasos o procedimiento de la investigación

Debe señalarse que los procedimientos de investigación realizados han sido en un orden específico, a continuación, mencionaremos los siguientes pasos:

1. Elección del tema: Propuesta de mejora del proceso de despacho de mercaderías en la Importadora Kay S.A., del cantón guayaquil, periodo 2020.
2. Se plantea el problema a investigar y se formulan los objetivos en relación a los aspectos que se desea conocer.
3. Elaboración del marco teórico, mediante la investigación de información que aporte como guía para la elaboración de la tesis, todo esto relacionado con las variables en estudio.
4. Se elabora el marco metodológico, básicamente se toma en cuenta aspectos como:
  - ✓ Diseño de la investigación
  - ✓ Tipos de investigación
  - ✓ Población y muestra
  - ✓ Instrumentos de recolección de datos
  - ✓ Análisis de datos
  - ✓ Pasos de la investigación
5. Se elabora los instrumentos de recolección de datos (guía de observación, entrevista, encuesta) y se los aplica en la población establecida.
6. Analizamos los datos recogidos anteriormente y se elabora un informe a través de:
  - ✓ Recopilación y procesamiento de datos (registro, codificación)
  - ✓ Se presenta gráficamente los datos (tabulación)
  - ✓ Análisis e interpretación de los resultados
7. Se establecen las conclusiones y recomendaciones sobre el tema de estudio.
8. Referencias bibliográficas y anexos.

### 3.6 Técnicas y herramientas de investigación

Técnica	Herramienta
Observación	Guía de observación
Entrevista	Guía de entrevista
Encuesta	Cuestionario

**Cuadro: 6 Técnicas y Herramientas de la Importadora Kay S. A**

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

**Observación:**

Se define como la acción de examinar algo mediante la vista con objeto de recolectar información. Por lo tanto, la observación no se limita a la fijación de la vista sobre un objeto o sujeto, sino que implica tomar conciencia de una serie de datos y características y proceder a su análisis. (MX, 2015)

**Guía de observación:**

Es un instrumento que se basa en una lista de indicadores que pueden redactarse como afirmaciones o preguntas, que orientan el trabajo de observación dentro del aula señalando los aspectos que son relevantes al observar. (Hernández, 2019)

#### **Guía de observación en la Importadora Kay S.A:**

La guía de observación está compuesta por ocho preguntas, las mismas están enfocadas en dar a conocer a detalle como es el funcionamiento de la bodega. Adicional a esto la guía tiene dos opciones sobre el registro de cumplimiento. (véase, anexo 1)

<b>Guía de Observación</b>			
<b>Nombre de la empresa:</b> Importadora Kay S. A			
<b>Área:</b> Bodega		<b>Fecha:</b> septiembre 2020	
<b>Indicadores</b>		<b>Registro de cumplimiento</b>	
		Si	No
1	Las bodegas poseen señalización en las zonas de tránsito		
2	Todos los productos están ubicados en las perchas		
3	Existe una organización de los productos por categoría		
4	Hay mercadería que este en mal estado		
5	Existen espacios de despacho y recepción de mercadería		
6	El número de perchas o estanterías es suficiente para la ubicación de mercaderías		
7	El espacio físico de la bodega es suficiente para el almacenamiento de mercaderías		
8	La bodega está ubicada en el mismo del local		

**Cuadro: 7 Guía de Observación de la Importadora Kay S. A**

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

#### Entrevista:

Acto comunicativo que se establece entre dos o más personas y que tiene una estructura particular organizada a través de la formulación de preguntas y respuestas. La entrevista es una de las formas más comunes y puede presentarse en diferentes situaciones o ámbitos de la vida cotidiana. (Bembibre, 2010)

#### Guía de entrevista:

Es un documento que contiene los temas, preguntas sugeridas y aspectos a analizar en una entrevista.

Dentro de los temas que se encuentran: Experiencia profesional, estudios y formación, historia familiar entre otros, esto nos es útil para reorganizar expectativas, responsabilidades, fomentar una atmósfera cálida de aceptación, confianza y empatía. (Cruz, 2015)

**Entrevistas en la Importadora Kay S.A:** Esta consta de cinco preguntas abiertas, lo cual permite una respuesta más amplia y a detalle.

La entrevista se les realiza a:

- Gerente de la Importadora Kay S.A (véase, anexo 1)
- Empleados de la Bodega de la Importadora Kay S.A (jefe de bodega/ bodegueros) (véase, anexo 2)

Encuesta:

Conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas para ser dirigidas a una muestra de población, con el objetivo de conocer la opinión de la gente sobre determinadas cuestiones corrientes y porque no también para medir la temperatura de la gente acerca de algún hecho específico que se sucede en una comunidad determinada. (Ucha, 2008)

Cuestionario:

Es aquel que plantea una serie de preguntas para extraer determinada información de un grupo de personas. El cuestionario permite recolectar información y datos para su tabulación, clasificación, descripción y análisis en un estudio o investigación. (Significados.com., 2017)

**Encuesta en la Importadora Kay S.A:**

Consta de diez preguntas cerradas con respuestas de opción múltiple, está enfocada en la investigación, con un orden específico enfocado en conocer adecuadamente la información. (véase, anexo 3)

- Las personas encuestadas son los 75 clientes de la Importadora Kay S.A.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

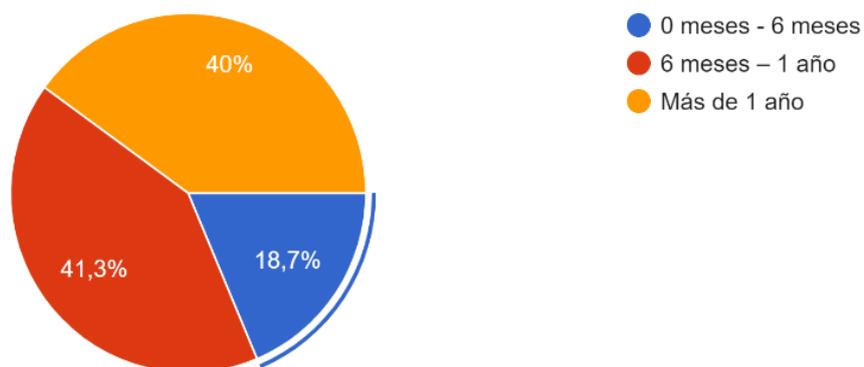
#### 4.1 Encuesta

1. ¿Durante qué tiempo usted ha sido cliente de la Importadora Kay?

Opción	Cantidad	Porcentaje
0 meses - 6 meses	31	40%
6 meses – 1 año	30	41.3%
Más de 1 año	14	18.7%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

**Cuadro: 8 Tiempo/cliente**

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación



**Figura: 3 Tiempo/cliente**

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

#### Análisis

Se evidencia que los clientes tienen en promedio de 1 año realizando sus compras en la empresa, ya que esta fue fundada el año anterior. La compañía es nueva en el mercado y actualmente está formando su base de datos con clientes fijos.

## 2. ¿Actualmente qué puesto usted ejerce?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Dueño de un negocio	64	85.3%
Empleado de un negocio.	11	14.7%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

Cuadro: 9 Puesto/ Cliente

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

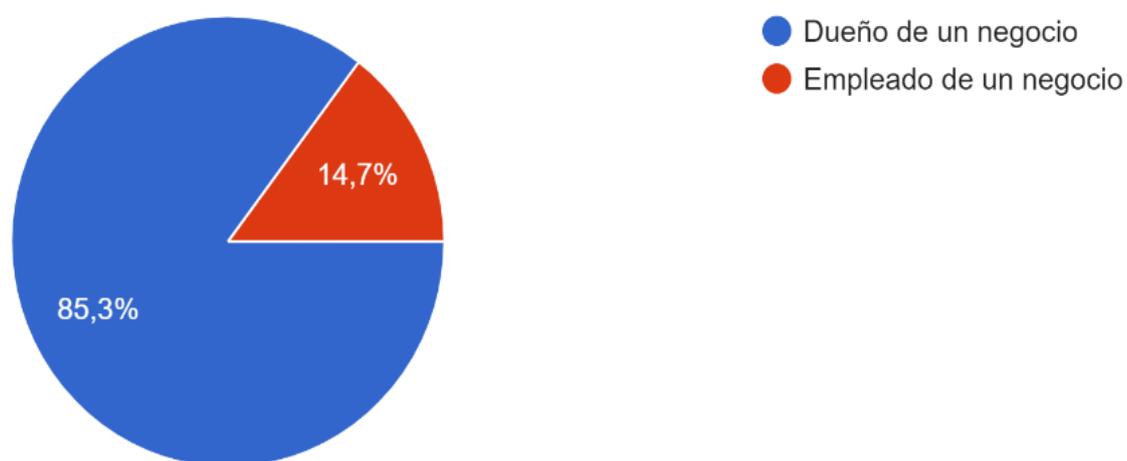


Figura: 4 Puesto/ Cliente

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

## Análisis

La mayoría de los clientes de la importadora Kay S.A, son microempresarios dueños de locales comerciales, dedicados a la venta y distribución de productos de bazar al consumidor final.

### 3. ¿Indique por qué medio usted conoció a la Importadora Kay?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Por recomendación	62	82.7%
Por anuncio en redes	0	0
Otros	13	17.3%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

Cuadro: 10 Medios

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

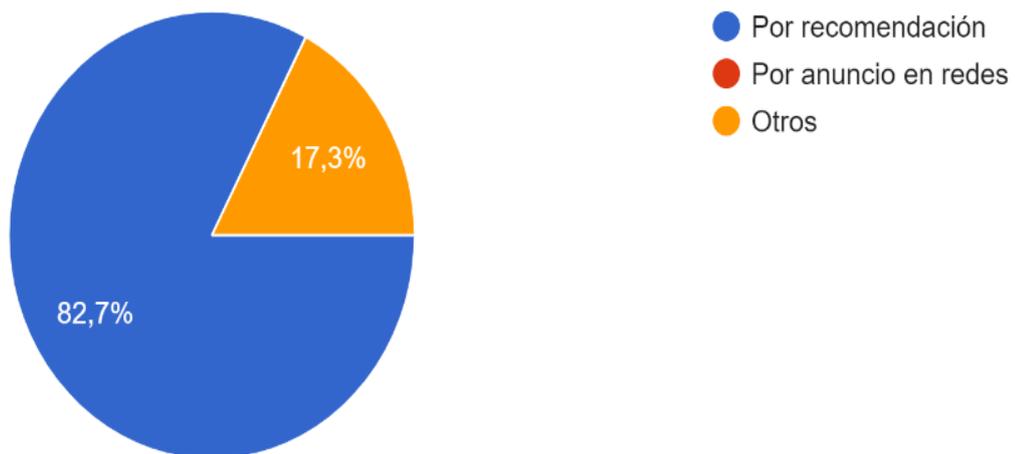


Figura: 5 Medios

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

#### Análisis

Actualmente la empresa recibe en su mayoría clientes referidos por otros, esta se ha convertido en la principal forma de dar a conocer a la compañía y atraer a más clientela.

#### 4. ¿Qué tan considerable es para usted las referencias de otros clientes sobre la Importadora Kay?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Nada	0	0
Poco	6	8.1%
Considerable	9	12.2%
Muy considerable	60	79.7%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

Cuadro: 11 Referencias

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

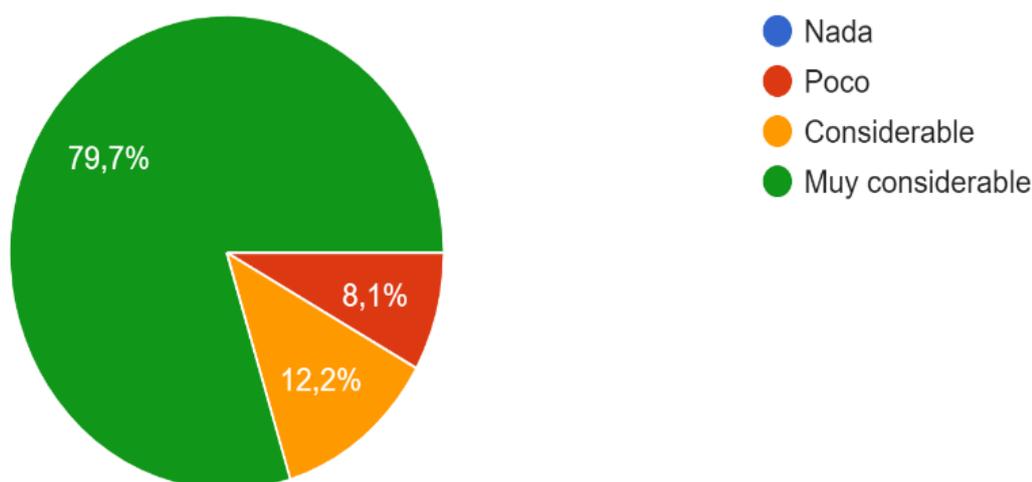


Figura: 6 Referencias

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

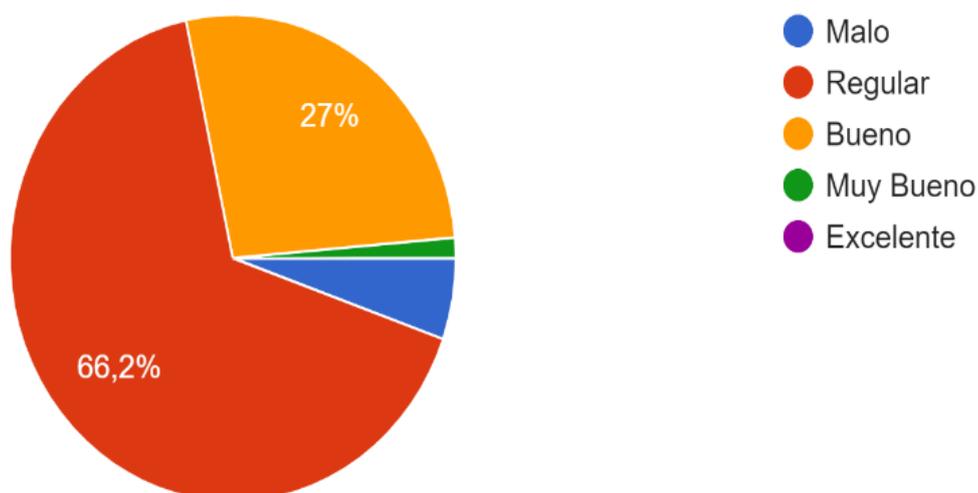
#### Análisis

Actualmente en la zona comercial donde esta ubicada la empresa, es muy habitual que entre comerciantes se recomienden compañías avastecedoras de mercadería. Los mismos comerciantes refieren almacenes ya sea por el precio o la calidad de servicio que ofrecen.

**5. ¿En relación al tiempo, como evaluaría usted la entrega de los pedidos de la Importadora Kay?**

Opción	Cantidad	Porcentaje
Malo	4	5.4%
Regular	50	66.2%
Bueno	20	27%
Muy Bueno	1	1.4%
Excelente	0	0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

**Cuadro: 12 Evaluación/entrega pedidos**  
Fuente: Elaborado por el autor de la investigación



**Figura: 7 Evaluación/entrega pedidos**  
Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

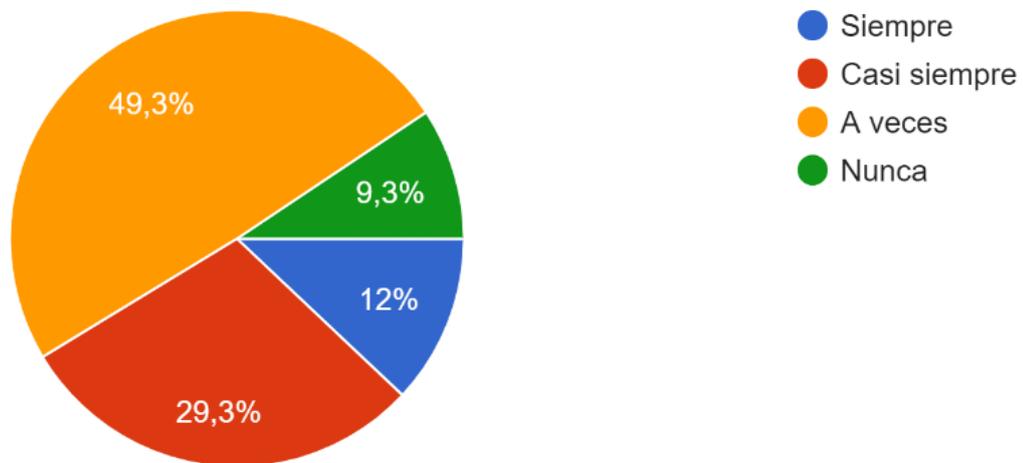
**Análisis**

Se observa que más de la mitad de los compradores están inconformes con el tiempo de entrega de pedidos, se evidencia una problemática en la calidad de servicio que a largo plazo puede causar pérdida de clientes.

6. ¿En relación a la cantidad de los productos solicitados en su pedido, cree usted que estos llegan completos?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Siempre	9	12%
Casi siempre	22	29.3%
A veces	37	49.3%
Nunca	7	9.3%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

**Cuadro: 13 Cantidad de productos**  
Fuente: Elaborado por el autor de la investigación



**Figura: 8 Cantidad de productos**  
Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

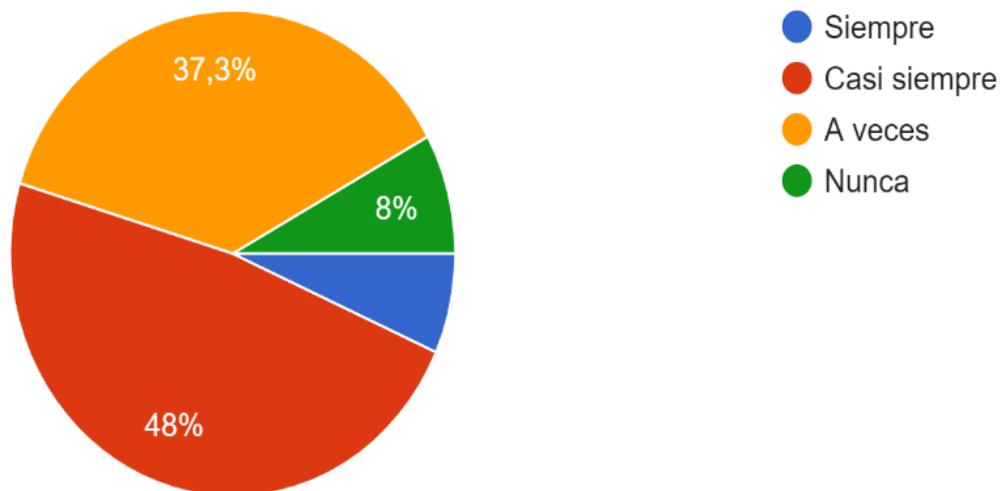
### Análisis

Se analiza que a casi todos los clientes en algún momento dentro de su pedido, se halló un faltante de productos, las cuales al ser repetitivas causan un constante reclamo, inconformidad y molestia en los compradores.

7. ¿Al momento de recibir su pedido, alguna vez los productos entregados estuvieron con fallas o defectuosos?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Siempre	5	6.7%
Casi siempre	36	48%
A veces	28	37.3%
Nunca	6	8%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

**Cuadro: 14 Estado de productos**  
Fuente: Elaborado por el autor de la investigación



**Figura: 9 Estado de productos**  
Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

### Análisis

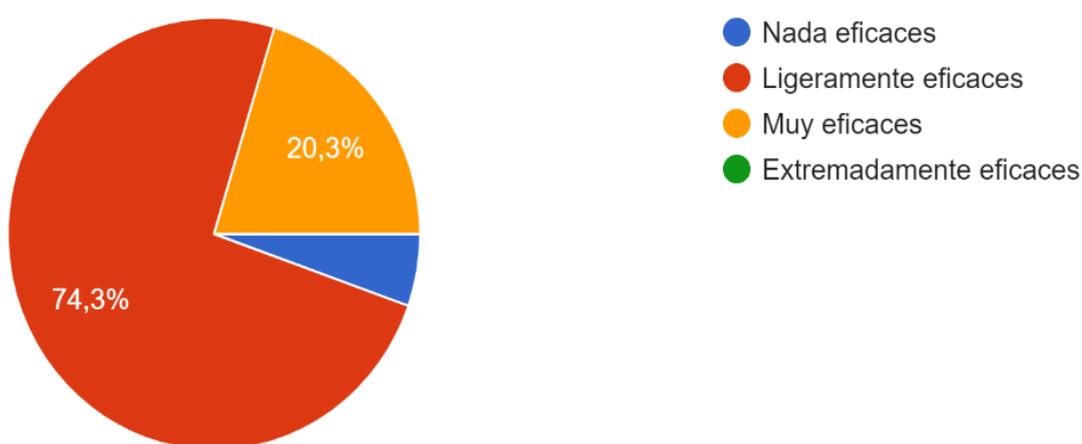
La mayor parte de encuestados mencionan que generalmente en sus compras suelen llegar productos con fallas, estos al estar averiados no pueden ser ofertados, lo cual provoca pérdida de venta, clientes y tiempo.

## 8. ¿Cree usted que los problemas con sus pedidos son atendidos eficazmente?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Nada eficaces	4	5.4%
Ligeramente eficaces	56	74.3%
Muy eficaces	15	20.3%
Extremadamente eficaces	0	0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

**Cuadro: 15 Atención de problemas**

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación



**Figura: 10 Atención de problemas**

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

### Análisis

Dentro de las compras que realiza el cliente, en su mayoría existen ciertas irregularidades, ya sea por tiempo de entrega, calidad y cantidad del producto. Estas inconformidades generan reclamos hacia la empresa, y esta no responde oportunamente, las soluciones llegan lentamente y crea más descontento en el comprador que suele venir de otras provincias en busca de una solución pertinente.

## 9. ¿Es posible que usted realice nuevamente actividades comerciales con la importadora Kay?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	23	30.7%
Tal vez	46	61.3%
Nunca	6	8%
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

Cuadro: 16 Actividades comerciales  
Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

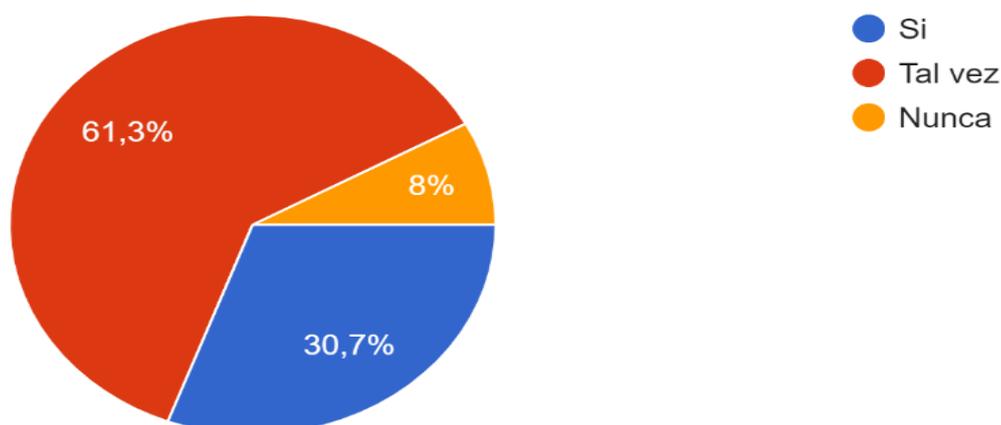


Figura: 11 Actividades comerciales  
Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

### Análisis

En la clientela existe la duda sobre si seguir comprando en esta empresa, por los múltiples factores negativos que en ella existe. Esta duda nace debido a que los compradores buscan precios económicos y con las facilidades de pago que ofrece la Importadora Kay.

Podemos evidenciar que se necesita equilibrar la situación, ya que se tienen factores favorables, pero se requiere trabajar en los motivos que causan descontento en el cliente.

## 10. ¿Cómo evaluaría el servicio en general, que ofrece la Importadora Kay?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Malo	4	5.3%
Regular	50	66.7%
Bueno	18	24%
Muy Bueno	3	4%
Excelente	0	0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>

Cuadro: 17 Evaluación de servicio

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

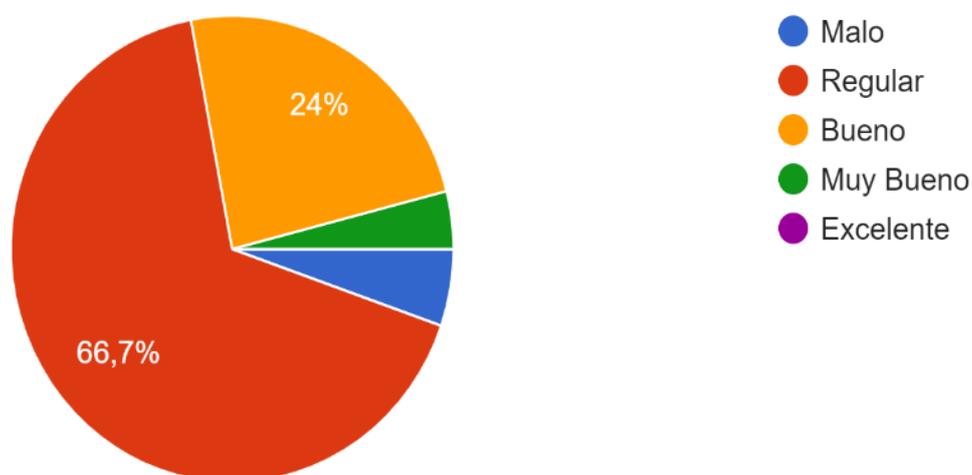


Figura: 12 Evaluación de servicio

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

### Análisis

El servicio es considerado de muy baja calidad, en gran parte esto se da por los múltiples factores en contra que presenta, y es evidente que esto es un problema que parte de la logística que realiza la empresa exactamente en el área de bodega.

## **4.2 Análisis de la entrevista**

### **Entrevista al Gerente**

#### **1. ¿Cuál es su principal función dentro de la Importadora Kay S.A?**

Básicamente mi principal función es administrar todas las actividades que se desarrollan dentro de la empresa, así como vigilar el funcionamiento correcto de la misma.

#### **2. ¿Por qué los clientes realizan reclamos y devoluciones sobre los pedidos recibidos?**

Esto se da debido a ciertos errores que se presentan en la actividad de despacho como: entrega de pedido tardío, artículos defectuosos o dañados, pedido incompleto.

#### **3. ¿Considera usted que el proceso actual de despacho está siendo efectivo?**

No, actualmente hemos presentado inconvenientes en esa actividad, lo cual nos ha generado conflictos con nuestros clientes.

#### **4. ¿Cuál es el motivo que impide un control en las actividades que realizan los bodegueros?**

La principal causa es la falta de tiempo por el gran número de pedidos que tenemos, lo cual provoca una desorganización y falta de control.

#### **5. ¿Cree usted que el proceso de despacho actual debe ser modificado de acuerdo a las necesidades de la empresa?**

Por supuesto, considero que el actual proceso de despacho presenta errores de organización y dificulta su ejecución, por lo que sería conveniente un reajuste de acuerdo a las necesidades de la compañía.

### **Análisis:**

En la entrevista realizada al gerente, podemos interpretar que él reconoce que en la compañía existe una problemática, ya que existen muchas quejas por parte de los clientes con relación a sus pedidos.

Confirma también que la principal causa del problema existente es el deficiente proceso de despacho de mercaderías, ya que carecen de tiempo y esto dificulta la organización y control sobre el gran número de pedidos que reciben diariamente.

También es consciente de que se debe realizar un reajuste inmediato sobre los pasos que actualmente existen en el proceso de despacho, es decir según su criterio se deben implementar cambios en el proceso que ayuden a cubrir las necesidades de la empresa.

## **Entrevista a los empleados de Bodega**

### **Bodegueros:**

#### **1. ¿Dentro de la bodega cuales son las actividades que tiene a su cargo?**

Realizo la carga de mercaderías a la bodega, registro de existencias, organización el área de almacenaje, despacho de mercaderías, elaboración de guías de remisión.

#### **2. ¿Cuál es el proceso que realiza al momento de realizar el despacho de los pedidos?**

- Despachar los artículos
- Empaquetar los artículos en cajas
- Registro de datos del cliente en las cajas
- Colocamos la factura junto al pedido
- Ubicamos el pedido en la parte de atrás de la bodega
- Entrega de la nota de pedido al jefe de bodega
- Se entrega el pedido al cliente cuando lo retire

Si es para envío fuera de la ciudad

- Se realiza guía de remisión
- Se embarca el pedido en el camión

**3. ¿Cuáles son las razones que provocan dificultad en las actividades de despacho?**

- Mala organización en la ubicación de los productos
- Poco tiempo para atender tantos pedidos
- Falta de personal de apoyo

**4. ¿Qué es lo que hace cuando existe mercadería obsoleta en la bodega?**

Si encontramos productos dañados mientras despachamos los pedidos, se suele ubicar los artículos obsoletos en un cartón aparte.

**5. ¿Qué controles realiza su jefe inmediato, en relación a las actividades que usted desempeña?**

La carga de mercaderías en el área de bodega, contabilización de los cartones de los pedidos despachados, control de abastecimiento de las bodegas.

**Análisis:**

Dentro de las tareas que tienen asignadas los bodegueros, podemos notar que no existe ninguna actividad en la que el empleado realice una revisión de los productos averiados existentes en la bodega, ni antes ni después del despacho de pedidos.

También se determina que, dentro del proceso de despacho realizado por los bodegueros, no existe ningún paso en el que el jefe de bodega haga una revisión de los pedidos previo a su empaquetado, es decir no se contabiliza los artículos que se envía, ni se revisa que los productos vayan en un estado óptimo.

Adicional solo hay tres empleados de bodega, estos pasan ocupados y carecen de tiempo, debido a que reciben una gran cantidad de pedidos

diariamente. Lógicamente los bodegueros no se abastecen y necesitan más personal de apoyo.

## **Entrevista a los empleados de Bodega**

### **Jefe de Bodega:**

#### **1. ¿Dentro de la bodega cuales son las actividades que tiene a su cargo?**

Las actividades que realizo en mi puesto de trabajo es la de supervisar el despacho de mercaderías, entrada de los contenedores, control de abastecimiento y organización de bodega.

#### **2. ¿Cuál es el proceso que realiza al momento de supervisar el despacho de los pedidos?**

- ✓ Cuando el pedido esta despachado y empaquetado, contabilizo el número de cartones del pedido.
- ✓ Registro manualmente los datos del cliente (nombre, fecha, dirección/ciudad a entregar)
- ✓ Superviso que los pedidos sean embarcados en el camión correctamente.

#### **3. ¿Cuáles son las razones que provocan dificultad en las actividades de despacho?**

Falta de tiempo, falta de bodegueros, la bodega suele estar desordenada y existen demasiados pedidos.

#### **4. ¿Qué es lo que hace cuando existe mercadería obsoleta en la bodega?**

Cuando hay más tiempo realizo el registro y separación de las existencias obsoletas. Pero generalmente estoy tan ocupado que realmente este paso se omite, por eso muchos clientes reciben productos con fallas de fábrica.

**5. ¿Qué controles realiza su jefe inmediato, en relación a las actividades que usted desempeña?**

El gerente de la empresa es mi jefe inmediato y actualmente no realiza un control sobre mis actividades.

**Análisis:**

Se determina que el tiempo es una de las razones principales de la desorganización del área de bodega y su proceso, el jefe de bodega claramente explica que por este motivo ha omitido tareas importantes como: una revisión más minuciosa sobre los pedidos que despachan los bodegueros, registro y separación de existencias con fallas.

**4.4 Guía de observación en el área de bodega**

<b>Guía de Observación</b>			
<b>Nombre de la empresa:</b> Importadora Kay S. A			
<b>Área:</b> Bodega		<b>Fecha:</b> septiembre 2020	
<b>Indicadores</b>		<b>Registro de cumplimiento</b>	
		Si	No
1	Las bodegas poseen señalización en las zonas de tránsito		<b>X</b>
2	Todos los productos están ubicados en las perchas		<b>X</b>
3	Existe una organización de los productos por categoría		<b>X</b>
4	Hay mercadería que este en mal estado	<b>X</b>	
5	Existen espacios de despacho y recepción de mercadería	<b>X</b>	
6	El número de perchas o estanterías es suficiente para la ubicación de mercaderías	<b>X</b>	
7	El espacio físico de la bodega es suficiente para el almacenamiento de mercaderías	<b>X</b>	
8	La bodega está ubicada en el mismo del local	<b>X</b>	

**Cuadro: 18 Resultados de Guía de observación**

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

**Análisis:**

Se concluye que la importadora Kay S.A, posee una bodega físicamente estable, por su tamaño y con espacios exclusivos para cada actividad (despacho y recepción). Lo que llama la atención es que a pesar de que la bodega posee suficientes perchas, los productos suelen estar apilados en el piso o rincones.

Evidentemente se visualiza un desorden de los artículos ya que no están organizados por categoría, adicional a esto no poseen señalética para poder localizar la mercadería.

Juntando todos estos aspectos, evidentemente notamos que esto hace más difícil la actividad de despacho, siendo irregular, lenta y poco efectiva.

### 1.5 Diagrama Causa-efecto

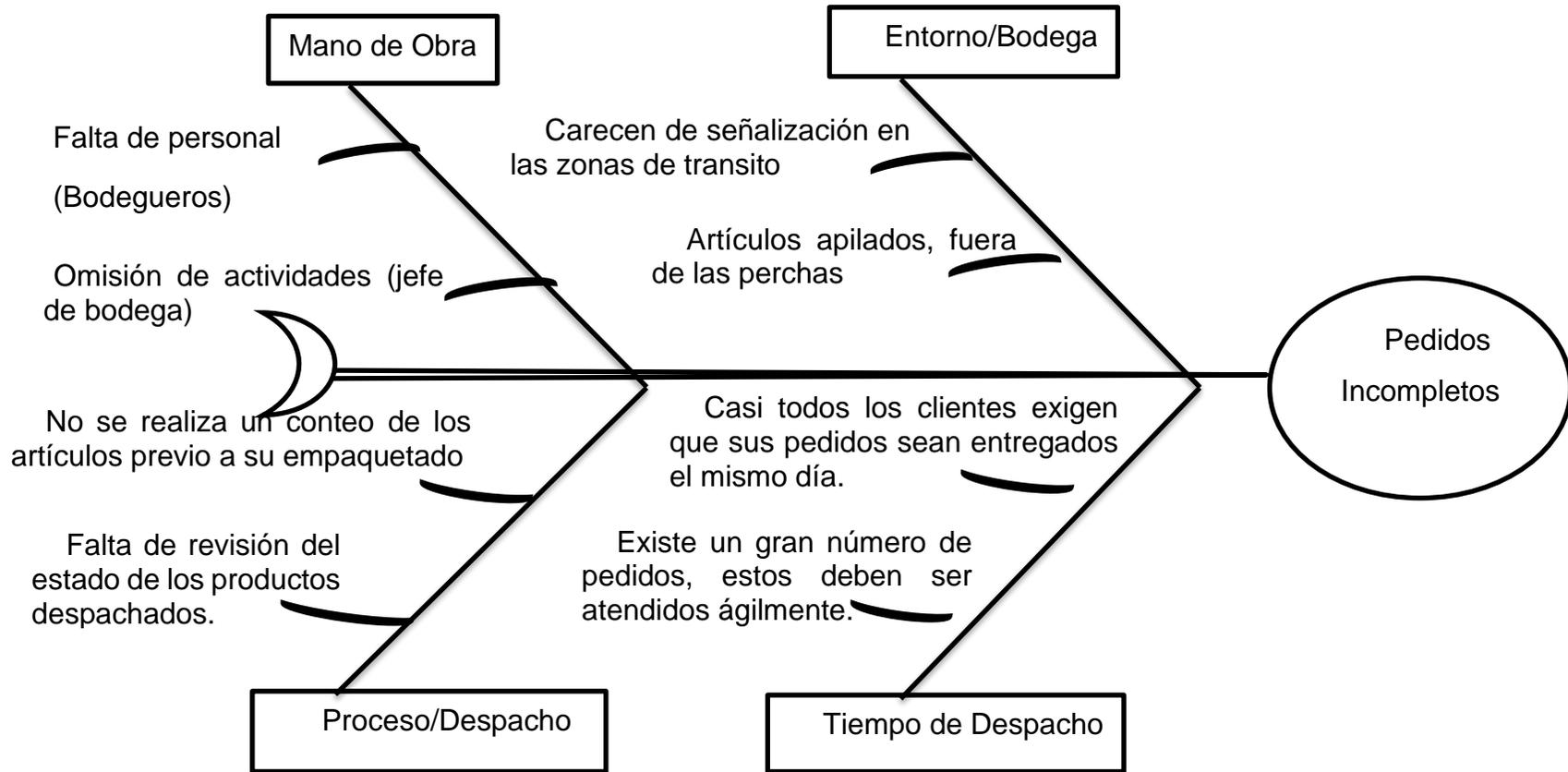


Figura: 13 Diagrama causa-efecto  
Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

## 1.6 Plan de mejoras

¿QUÉ?	¿DÓNDE?	¿POR QUÉ?	¿QUIÉN?	¿CUÁNDO?	¿CÓMO?	¿CUÁNTO?
Contratación de personal de apoyo (bodegueros).	Bodega	Para completar el proceso de despacho a tiempo y eficazmente	Gerente	Noviembre 2020	Proceso de selección.	\$ 800,00 mensual
Aumento de 1 hora extra laboral.	Bodega	El personal podrá organizar las herramientas y el área de trabajo.	Bodeguero-Jefe/bodega	Diario	Se ingresará (1h) antes de la apertura del local.	\$ 325,00 mensual
Elaboración de registro de existencias obsoletas.	Bodega	Se separará la mercadería dañada, a fin de evitar el envío de artículos en mal estado.	Bodeguero	Diario	A través de actualización de inventarios.	-
Organización de la bodega.	Bodega	Para lograr un ambiente organizado que permita el desarrollo de las actividades de forma más sencilla.	Bodeguero	Diario	Clasificación de la mercadería por categoría, ubicación de señalética.	-
Control de las tareas de los bodegueros.	Bodega	Para contrarrestar los reclamos y devoluciones sobre el despacho de los pedidos.	Jefe de bodega	Diario	Conteo de productos, control de calidad y correcto empaquetado.	-
Control de cumplimiento de actividades del jefe de bodega.	Bodega	Para vigilar la oportuna administración del área de bodega en relación al trabajo realizado.	Gerente	Mensual	A través de un informe detallado sobre el cumplimiento de tareas.	-
					<b>TOTAL</b>	<b>\$1.125,00 mensual</b>

**Cuadro: 19 Plan de Mejoras**

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

#### 4.7 Análisis Costo-Beneficio

Costo	Beneficio
\$ 800,00 mensual (contratación 2 bodegueros)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se atienden todos los pedidos a tiempo.</li> <li>• Se evita reclamos y quejas de clientes.</li> <li>• Se logra mantener la clientela.</li> <li>• Se realiza de forma completa el proceso de despacho, sin omitir pasos.</li> <li>• Los nuevos empleados brindan apoyo en actividades atrasadas.</li> <li>• Se mejora el servicio al cliente.</li> <li>• La empresa logra ser referida a más clientes.</li> </ul>
\$ 325,00 mensual (horas extras/personal de bodega)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización del área de trabajo (limpieza, ubicación correcta de mercadería, y señalética)</li> <li>• Se revisa el plan de trabajo del día (número de pedidos y envíos pendientes)</li> <li>• Control y elaboración de informe sobre productos con defecto)</li> <li>• El jefe de bodega evalúa continuamente el rendimiento en el área de trabajo.</li> </ul>

**Cuadro: 20 Análisis Costo-Beneficio**

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

## **Conclusiones**

Una vez realizado el trabajo de investigación, sobre el proceso de despacho en la Importadora Kay S.A, se ha concluido lo siguiente:

- ✓ Se determina que existe una amplia relación de la logística y el servicio al cliente, ya que si la empresa mantiene un proceso eficiente (respuestas rápidas, productos y servicio de calidad) obtendrá opiniones positivas que ayudaran a sostener a la compañía dentro de la mente del consumidor.
- ✓ A través de las técnicas de investigación aplicadas, se concluye que el actual proceso de despacho, carece de organización en su ejecución, debido a factores como: poco personal en el área, limitado tiempo para completar actividades asignadas, desorden en bodega, escaso control de jefe de área.
- ✓ Lo expuesto anteriormente permite concluir que se debe implementar un plan de mejoras en relación al proceso de despacho de mercaderías, la misma que garantice la satisfacción de los clientes de la Importadora Kay S.A.

## **Recomendaciones**

- Se recomienda la implementación de un sistema contable, con la finalidad de llevar un registro de pedidos y facturación segura, dejando atrás el sistema manual que se ha venido desarrollando actualmente.
- Se considera pertinente que se contrate un programa de capacitaciones en las que se incluya:
  - Manejo del sistema contable
  - Seguridad ocupacional
  - Manejo de bodegas y control de inventarios
  - Curso Estrategias de Servicio y Atención al Cliente.
- Se recomienda dar seguimiento continuo a las mejoras implementadas, con la finalidad que el desarrollo de las mismas marche correctamente.

## **Bibliografía**

- Abarza, F. (03 de Febrero de 2020). *Beetrack*. Obtenido de <https://www.beetrack.com/es/blog/despacho-de-mercancias#:~:text=El%20despacho%20de%20mercanc%C3%ADas%20es,punto%20se%20ejecutan%20labores%20como%3A&text=Cargar%20la%20mercanc%C3%ADa%20en%20el%20transporte%20correcto>.
- Bastos, A. I. (2007). *Fidelización del cliente*. Vigo, España: Ideaspropias.
- Bembibre, C. (Marzo de 2010). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/comunicacion/entrevista-2.php>
- Campoverde Cayetano, Q. M.-A. (2017). *“Diseño de un manual de gestión logística en el almacén de la empresa Star Office de la ciudad de guayaquil Título de Ing. Comercial*. Guayaquil.
- Catalunya, C. L. (24 de Mayo de 2017). *Clúster Logístic de Catalunya*. Obtenido de <https://clusterlogistic.org/es/historia-de-la-logistica/>
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en ciencias sociales*. Buenos Aires.
- Chuquino, J. (6 de Marzo de 2020). *Meetlogistics*. Obtenido de <https://meetlogistics.com/inventario-almacen/gestion-de-almacenes-definicion-procesos-e-informacion-que-la-soporta/>
- ClubEnsayos. (27 de Febrero de 2016). *ClubEnsayos*. Obtenido de <https://www.clubensayos.com/Negocios/IMPORTANCIA-DEL-PROCESO-DE-DESPACHO/3189076.html>
- Criterios digital*. (11 de Septiembre de 2019). Obtenido de <https://criteriosdigital.com/datos/rcriterios/el-ecuador-ocupa-el-puesto-62-del-indice-de-desempeno-logistico/>
- Cruz, M. O. (30 de Abril de 2015). *Prezi*. Obtenido de [https://prezi.com/ooatecj5\\_fgt/guia-de-entrevista-y-de-observacion/](https://prezi.com/ooatecj5_fgt/guia-de-entrevista-y-de-observacion/)

- Datasur. (10 de Mayo de 2019). *Datasur*. Obtenido de <https://www.datasur.com/la-evolucion-de-la-logistica-en-la-historia/>
- Fachelli, P. L.-R. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès) | Barcelona.
- Federico Alonso Atehortúa Hurtado, R. E. (2008). *Sistema de gestión integral. Una sola gestión, un solo equipo*. Colombia: Universidad de Antioquia.
- Flores, J. J. (s.f.). *Circulotne*. Obtenido de <https://circulotne.com/por-que-medir-la-satisfaccion-del-cliente.html>
- Francesc Robusté, F. R. (2005). *Logística del transporte*. Barcelona: Ediciones UPS.
- García, Á. A. (1997). *Conceptos de organización industrial*. España: Marcombo.
- Gellibert, G. E. (2015). *Propuesta de mejoras en procesos logísticos de la empresa Hidrosa S.A. para maximizar la satisfacción del cliente. Título Maestría en Administración de Empresas*. Guayaquil.
- GEO Tutoriales. (2 de Febrero de 2016). *Gestión de Operaciones*. Obtenido de [https://www.gestiondeoperaciones.net/gestion-de-calidad/el-modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/https://www.gestiondeoperaciones.net/gestion-de-calidad/el-modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/](https://www.gestiondeoperaciones.net/gestion-de-calidad/el-modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/)
- Hernández Sampieri, R. (2003). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernández, J. A. (15 de Septiembre de 2019). *Docentes al día*. Obtenido de <https://docentesaldia.com/2019/09/15/instrumentos-para-evaluar-a-los-alumnos-ejemplos-de-guia-de-observacion-diario-de-clase-registro-anecdótico-y-escala-de->



- Mecalux, S. (25 de Julio de 2019). *Mecalux, S.A Soluciones de Almacenaje*. Obtenido de Mecalux, S.A Soluciones de Almacenaje: <https://www.mecalux.com.mx/blog/despacho-mercancias>
- MX, E. D. (26 de Octubre de 2015). *Definición MX*. Obtenido de <https://definicion.mx/observacion-gral/>
- Paredes Vargas, F. D. (Agosto de 2018). *Propuesta de Mejora del Proceso de Almacenamiento y Distribución de Producto. Tesis Ing. Industrial*. Arequipa.
- Pérez y Gardey, J. P. (2017). *Definicion.d*. Obtenido de <https://definicion.de/estandarizacion/>
- Pérez y Merino, J. P. (2010). *Definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/homogeneo/>
- Pérez y Merino, J. P. (2017). *Definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/deshumanizacion/>
- Ramírez, A. C. (2009). *Manual de la gestión logística del transporte y distribución de mercancías*. Barranquilla: Ediciones uninorte.
- Schwarz, J. A. (11 de Febrero de 2002). *gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/almacenes-arma-estrategica-satisfaccion-cliente/>
- Servinform. (29 de Noviembre de 2019). *Servinform*. Obtenido de <https://www.servinform.es/2019/11/29/la-evolucion-de-la-atencion-al-cliente/#:~:text=Evoluci%C3%B3n%20hist%C3%B3rica%20de%20la%20Atenci%C3%B3n%20al%20Cliente&text=Con%20el%20surgenimiento%20de%20los,departamentos%20especializados%20en%20este%20servicio.>
- Significados.com. (1 de Febrero de 2017). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/cuestionario/>

- Thompson, I. (Julio de 2015). *Promonegocios.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html#que-es>
- Todomarketing. (Abril de 2015). *Todo marketing*. Obtenido de <https://www.todomktblog.com/2015/04/que-es-el-share-of-mind.html#:~:text=El%20Share%20of%20mind%20es,en%20la%20mente%20del%20consumidor.>
- Ucha, F. (Diciembre de 2008). *Definición ABC*. Obtenido de [//www.definicionabc.com/comunicacion/encuesta.php](http://www.definicionabc.com/comunicacion/encuesta.php)
- Universo, E. (15 de Marzo de 2009). Consumidor indefenso ante defectos de fábrica. *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2009/03/15/1/1356/321514A33B5C4387BBDA7751191A62A1.html>
- Vavra, T. G. ( 2002). *Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000*. Milwaukee, Wisconsin: FC Editorial.
- Zadarma. (3 de Junio de 2019). *zadarma*. Obtenido de <https://zadarma.com/es/blog/que-es-ivr/>
- Zarzalejos, J. A. (28 de Febrero de 2018). *Revista uno*. Obtenido de [https://www.revista-uno.com/wp-content/uploads/2018/02/lpad\\_Boletin\\_UNO\\_numero\\_30\\_OK.pdf](https://www.revista-uno.com/wp-content/uploads/2018/02/lpad_Boletin_UNO_numero_30_OK.pdf)

**ANEXOS**

## **Anexo 1. Guía de entrevista al Gerente de la Importadora Kay S.A**

1. ¿Cuál es su principal función dentro de la Importadora Kay S.A?

---

---

---

2. ¿Considera usted que el proceso actual de despacho está siendo efectivo?

---

---

---

3. ¿Por qué los clientes realizan reclamos y devoluciones sobre los pedidos recibidos?

---

---

---

---

4. ¿Cuáles son los motivos que impiden un control en las actividades que realizan los bodegueros?

---

---

---

---

5. ¿Cree usted que el proceso de despacho actual debe ser modificado de acuerdo a las necesidades de la empresa?

---

---

---

---

**Anexo 2. Guía de entrevista a los empleados de Bodega de la Importadora Kay S.A**

1. ¿Dentro de la bodega cuales son las actividades que tiene a su cargo?

---

---

---

2. ¿Cuál es el proceso que realiza al momento de realizar el despacho de los pedidos?

---

---

---

3. ¿Cuáles son las razones que provocan dificultad en las actividades de despacho?

---

---

---

4. ¿Qué es lo que hace cuando existe mercadería obsoleta en la bodega?

---

---

---

5. ¿Qué controles realiza su jefe inmediato, en relación a las actividades que usted desempeña?

---

---

---

### **Anexo 3. Encuesta a los clientes de la Importadora Kay S.A**

#### **Encuesta**

**1. ¿Durante qué tiempo usted ha sido cliente de la Importadora Kay?**

0 meses - 6 meses

6 meses – 1 año

Más de 1 año

**2. ¿Actualmente qué puesto usted ejerce?**

Dueño de un negocio

Empleado de un negocio

**3. ¿Indique por qué medio usted conoció a la Importadora Kay?**

Por recomendación

Por anuncio en redes

Otros

**4. ¿Qué tan considerable es para usted las referencias de otros clientes sobre la Importadora Kay?**

Nada

Poco

Considerable

Muy considerable

**5. ¿En relación al tiempo, como evaluaría usted la entrega de los pedidos de la Importadora Kay?**

Malo

Regular

Bueno

Muy Bueno

Excelente

**6. ¿En relación a la cantidad de los productos solicitados en su pedido, cree usted que estos llegan completos?**

Siempre

Casi siempre

A veces

Nunca

**7. ¿Al momento de recibir su pedido, alguna vez los productos entregados estuvieron con fallas o defectuosos?**

Siempre

Casi siempre

A veces

Nunca

**8. ¿Cree usted que los problemas con sus pedidos son atendidos eficazmente?**

Nada eficaces

Ligeramente eficaces

Muy eficaces

Extremadamente eficaces

**9. ¿Es posible que usted realice nuevamente actividades comerciales con la importadora Kay?**

Si

Tal vez

Nunca

**10. ¿Cómo evaluaría el servicio en general, que ofrece la Importadora Kay?**

Malo

Regular

Bueno

Muy Bueno

Excelente

#### **Anexo 4. Guía de entrevista al Gerente de la Importadora Kay S.A**

1. ¿Cuál es su principal función dentro de la Importadora Kay S.A?

---

---

2. ¿Por qué los clientes realizan reclamos y devoluciones sobre los pedidos recibidos?

---

---

3. ¿Considera usted que el proceso actual de despacho está siendo efectivo?

---

---

4. ¿Cuál es el motivo que impide un control en las actividades que realizan los bodegueros?

---

---

5. ¿Cree usted que el proceso de despacho actual debe ser modificado de acuerdo a las necesidades de la empresa?

---

---

## Anexo 5.



Descripción: Exteriores del almacén Kay S.A

## Anexo 6.



Descripción: Alex Chen, cajero de la importadora, revisando realizando cobro a un cliente mayorista.

### **Anexo 7.**



Descripción: Johanna Vera vendedora, encargada de facturación y toma de pedidos.

### **Anexo 8.**



Descripción: Despacho de mercaderías en las bodegas de la importadora Kay S.A.

### Anexo 9.



Descripción: Pedido embalado y sellado, listo para ser enviado por transporte interprovincial.

### Anexo 10.



Descripción: Bodegueros entregando el pedido al cliente.