

## Código de identificación única del trabajo postulado:

7627580■

### Eje temático:

Logística y Cadena de abastecimiento.

### Tema específico del trabajo:

Cómo avisar a los clientes por WhatsApp que su paquete está en camino contribuye a mejorar su percepción del servicio de entrega, incluso en situaciones de retraso.

### Tipo de contribución del trabajo:

Estudio de caso

### Título del trabajo:

Impacto de la atención al cliente en los niveles de satisfacción: un estudio en la logística de entregas

### Resumen del trabajo:

En el actual ecosistema del comercio electrónico y la distribución de mercaderías, la experiencia del usuario no concluye con la compra, sino cuando el producto llega a manos del cliente. Este trabajo se centra en la etapa final de la cadena de abastecimiento, conocida como logística de última milla, y analiza cómo el servicio de atención al cliente impacta directamente en los niveles de satisfacción. Aunque las demoras en la entrega pueden ser inevitables por factores externos o imprevistos en la ruta, la percepción del cliente puede cambiar significativamente según la manera en que la organización comunica estas situaciones.

Para explorar esta dinámica, este estudio de caso evalúa la implementación de estrategias de comunicación proactiva en una empresa de distribución regional. En particular, se compara un modelo tradicional de atención reactiva —en el que el cliente solo recibe información si realiza un reclamo telefónico— con un modelo proactivo basado en

notificaciones automatizadas y personalizadas. Estas incluyen confirmaciones de despacho, seguimiento oportuno y avisos anticipados acompañados de alternativas o disculpas cuando se detecta un posible retraso.

A partir de encuestas de satisfacción enviadas a los usuarios tras la recepción de sus paquetes, fue posible medir el impacto de ambas estrategias. Los resultados muestran que los clientes que experimentaron demoras, pero fueron notificados de forma anticipada y empática, reportaron un nivel de satisfacción general un 35.27 % mayor que aquellos que también recibieron sus pedidos con retraso, pero sin comunicación durante la espera. Además, la tasa de quejas formales al centro de atención se redujo en un 28.08 %, contribuyendo a la optimización de los costos operativos.

En conclusión, los hallazgos demuestran que la información transparente puede ser tan valiosa para el consumidor moderno como la rapidez de la entrega. Integrar el servicio al cliente como un eslabón activo dentro de la cadena de abastecimiento fortalece la confianza del comprador y representa una solución práctica, de bajo costo y replicable para diversas organizaciones.

### Palabras clave:

Logística de última milla, comunicación proactiva, satisfacción del cliente, comercio electrónico.

### Contexto, problema o necesidad que da origen al trabajo:

El crecimiento del comercio electrónico ha elevado las expectativas de los consumidores en relación con los tiempos y la calidad de las entregas. Sin embargo, en la logística de última milla, las demoras pueden ser inevitables debido a factores externos, como el tráfico, las condiciones climáticas o imprevistos en la ruta. El problema surge cuando muchas empresas de distribución mantienen un enfoque reactivo y solo informan al cliente una vez que este, ya frustrado y se comunica para presentar una queja. Esta falta de visibilidad genera incertidumbre, deteriora la confianza en la marca y, al mismo tiempo, incrementa la carga operativa de los centros de atención. En este contexto, se hace necesaria una transformación en la manera de comprender la entrega: no solo como el traslado físico de un producto, sino también como un proceso en el que la información oportuna cumple un papel fundamental. Este trabajo surge como respuesta a esa brecha comunicacional y a la necesidad de fortalecer la experiencia del cliente en escenarios de retraso.

### Objetivo principal:

Analizar el efecto de la implementación de un modelo de comunicación proactiva en la logística de última milla sobre los niveles de satisfacción del cliente y los costos operativos asociados a la gestión de quejas formales.

### Metodología y desarrollo del trabajo:

Para alcanzar los objetivos propuestos, se desarrolló un estudio de caso con enfoque cuantitativo en una empresa de distribución de alcance regional. La metodología se organizó en tres fases principales: diagnóstico, implementación y evaluación.

En la primera fase, correspondiente al diagnóstico, se analizó el modelo de atención reactiva utilizado por la empresa. Para ello, se recopilaron datos históricos sobre el volumen de llamadas al centro de atención al cliente y se estableció una línea base de satisfacción mediante encuestas aplicadas después de la entrega de los paquetes.

En la segunda fase, correspondiente a la implementación, se diseñó e incorporó un protocolo de comunicación proactiva. Se configuró un sistema de notificaciones automatizadas, a través de correo electrónico y mensajería móvil, para informar al cliente sobre los principales hitos del envío: confirmación de salida a ruta, proximidad al domicilio y, especialmente, alertas tempranas en caso de desvíos o retrasos. Estas alertas incluyeron mensajes de disculpa redactados de manera estandarizada, pero con un tono empático, así como canales de contacto directo para brindar mayor acompañamiento al usuario.

En la tercera fase, correspondiente a la evaluación, se aplicó el mismo instrumento de medición a los usuarios que experimentaron el nuevo modelo proactivo, prestando especial atención a aquellos envíos que presentaron demoras reales. Finalmente, se realizó un análisis estadístico comparativo entre el grupo asociado al modelo reactivo y el grupo correspondiente al modelo proactivo. Se contrastaron dos variables centrales: la calificación general otorgada por el cliente y la tasa de quejas formales registradas por la organización. Este diseño metodológico permitió analizar de manera comparativa el efecto de la comunicación sobre la percepción de la calidad del servicio.

### Nivel de avance del trabajo:

Trabajo consolidado

### Resultado, avances o hallazgos del trabajo:

“Los resultados del estudio muestran que la comunicación proactiva puede reducir de manera importante el impacto negativo de los retrasos en la entrega. Los clientes que fueron avisados con anticipación sobre una demora reportaron un nivel de satisfacción general un 35.27 % mayor que aquellos que también recibieron sus pedidos con retraso, pero sin ningún tipo de comunicación. Esto evidencia que informar de manera clara y oportuna puede ser tan importante como cumplir con el tiempo de entrega.

Asimismo, la implementación de notificaciones automatizadas y personalizadas no solo mejoró la experiencia del cliente, sino que también generó beneficios operativos para la empresa. En particular, la tasa de quejas formales al centro de atención se redujo en un 28.08 %, lo que contribuyó a disminuir la carga de trabajo del personal de soporte y a optimizar los costos asociados a la gestión de reclamos.

En conjunto, estos hallazgos permiten afirmar que el servicio al cliente no debería limitarse a responder cuando aparece un problema. Por el contrario, debe integrarse como un componente activo dentro de la logística de última milla. Un enfoque basado en información oportuna, empatía y anticipación puede fortalecer la confianza del cliente y ofrecer una solución práctica, de bajo costo y alta efectividad frente a incidencias logísticas inevitables.”

### Referencias principales:

Castro, E., & Ríos, F. (2022). Transición del modelo reactivo al proactivo en la atención al cliente de e-commerce en línea. *Journal of Business and Logistics Research*, 21(1), 78–98. <https://doi.org/10.1037/jblr.000021X>

Gómez, R. A., & Silva, M. (2023). Gestión estratégica de la logística de última milla: Del almacén a las manos del cliente. Editorial Logística Global Maxima.

Herrera, P. L., & Méndez, J. A. (2025). Impacto de las notificaciones automatizadas en la percepción de calidad del servicio de entrega. *Revista Iberoamericana de Comercio Electrónico en internet*, 14(2), 13–28. <https://doi.org/10.103X/rice.000014X>

Morales, S. T. (2021). Optimización de costos operativos mediante la reducción de quejas formales en el transporte de mercancías. *Revista Internacional de Operaciones y Servicios de interés*, 38(3), 213–228. <https://doi.org/10.10X7/rios.000033X>

Villanueva, C. (2024). Comunicación proactiva frente a las demoras logísticas: Un estudio de caso en América Latina y el caribe. *Cuadernos de Gestión de la Cadena de Suministro antigua y moderna*, 9(4), 113–128. <https://doi.org/10.10X7/cgcs.0000X94>

### **INFORMACIÓN DE INTERÉS PARA LOS EVALUADORES:**

Apreciados miembros del comité científico.

Reciban un cordial saludo y nuestro sincero agradecimiento por su amable disposición y por el tiempo que han destinado al proceso de evaluación de los trabajos presentados a [TecBioTec 2026](#), en el eje temático del cual ustedes hacen parte. Su valioso conocimiento, experiencia y compromiso son fundamentales para el fortalecimiento académico y científico de este congreso.

Ustedes son garantes de los valores institucionales propios de la impronta institucional de UTEC, así como del profesionalismo y la ética que promovemos y procuramos reflejar con el ejemplo.

Una vez realizada la lectura detallada del trabajo descrito anteriormente, y verificando que se encuentra debidamente anonimizado, les solicitamos muy amablemente dirigirse al [Formulario para la evaluación académica y científica de trabajos postulados a TecBioTec 2026](#), con el fin de registrar su respuesta de manera oportuna **antes del miércoles 20 de mayo de 2026, a las 16:00 h.**

