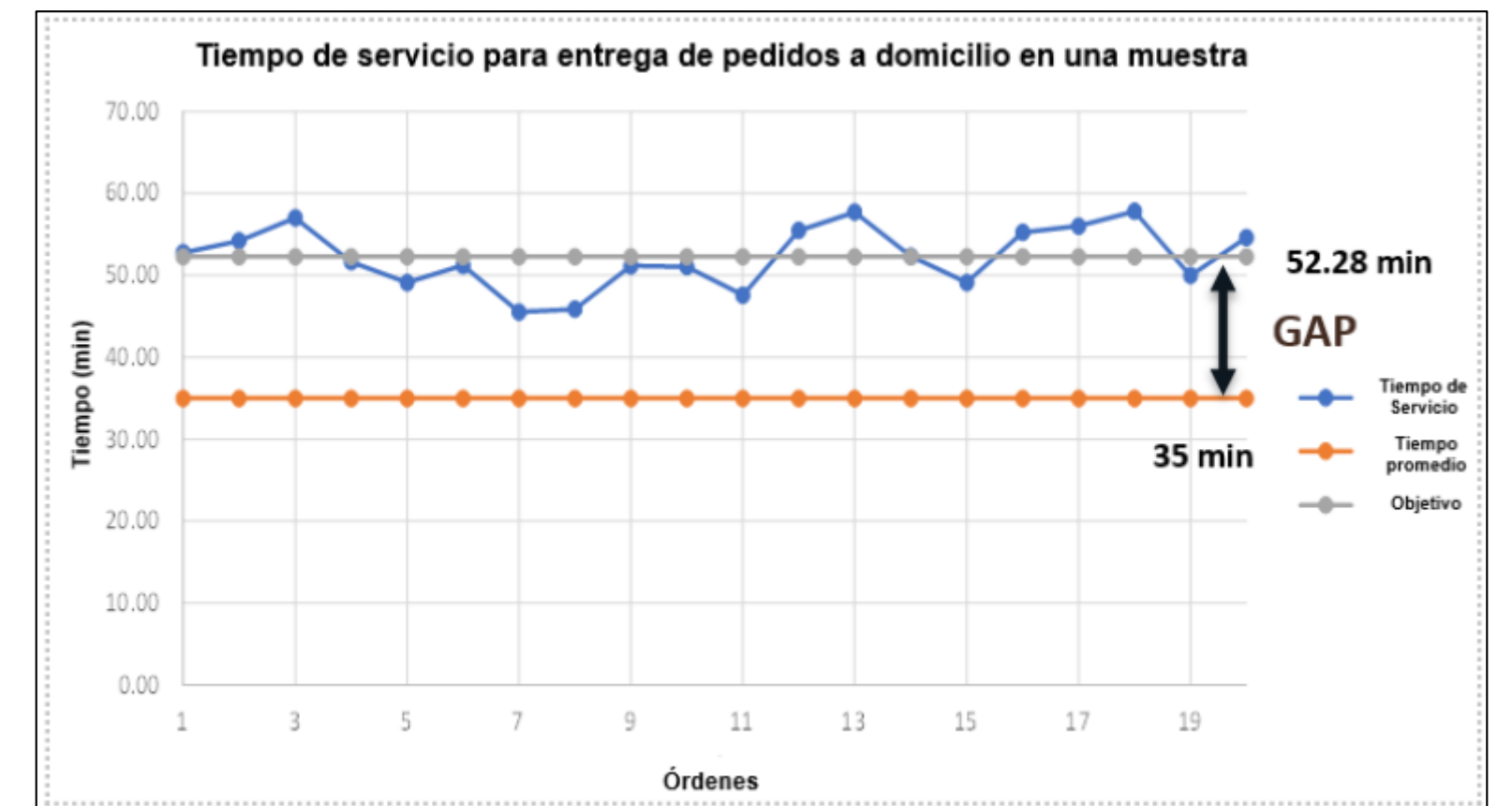


Reducción de tiempos de entrega del servicio de envíos a domicilio en un supermercado

PROBLEMA

Existe un aumento de tiempo de servicio para los pedidos con el método de despacho a domicilio (vía WhatsApp) en un supermercado de enero a junio de 2022 en base a una muestra obtenida donde el tiempo promedio de servicio de 52.28 min supera en un 49% el tiempo objetivo (35 min) de la empresa.



$$Y = \Sigma \text{ tiempo (Preparación + facturación + envío) [min]}$$

OBJETIVO GENERAL

Reducir el tiempo de proceso de entrega en el servicio a domicilio de un supermercado de 52,28 min a 43,64 min (-17%) para cumplir con las expectativas de la empresa aplicando medidas correctivas en los próximos 3 meses.

Analizar el proceso de recepción del pedido para identificar las principales causas de retraso.

Medir el rendimiento del proceso actual a través del análisis de capacidad.

Establecer un plan de control para asegurar la eficacia de las mejoras implementadas



PROPUESTA

Utilizando la metodología DMAIC se concluyó en tres propuestas que reduzcan el tiempo de forma efectiva y focalizada en el tiempo de preparación del pedido, esto en base a la estratificación de datos e identificación de puntos de demora.

Desarrollar una base de productos más vendidos para compartir con los clientes a través de este método de despacho por tienda

Estandarizar el proceso de comunicación con el cliente en cada etapa para agilizar la transacción

Incorporar mensajes automáticos de saludo y gestión en WhatsApp



RESULTADOS

Se implementaron las tres soluciones para el problema y se obtuvieron los siguientes resultados:

Se desarrolló desde una plataforma interna la base de productos más vendidos por local, esta se comparte por correo diariamente a las vendedoras.

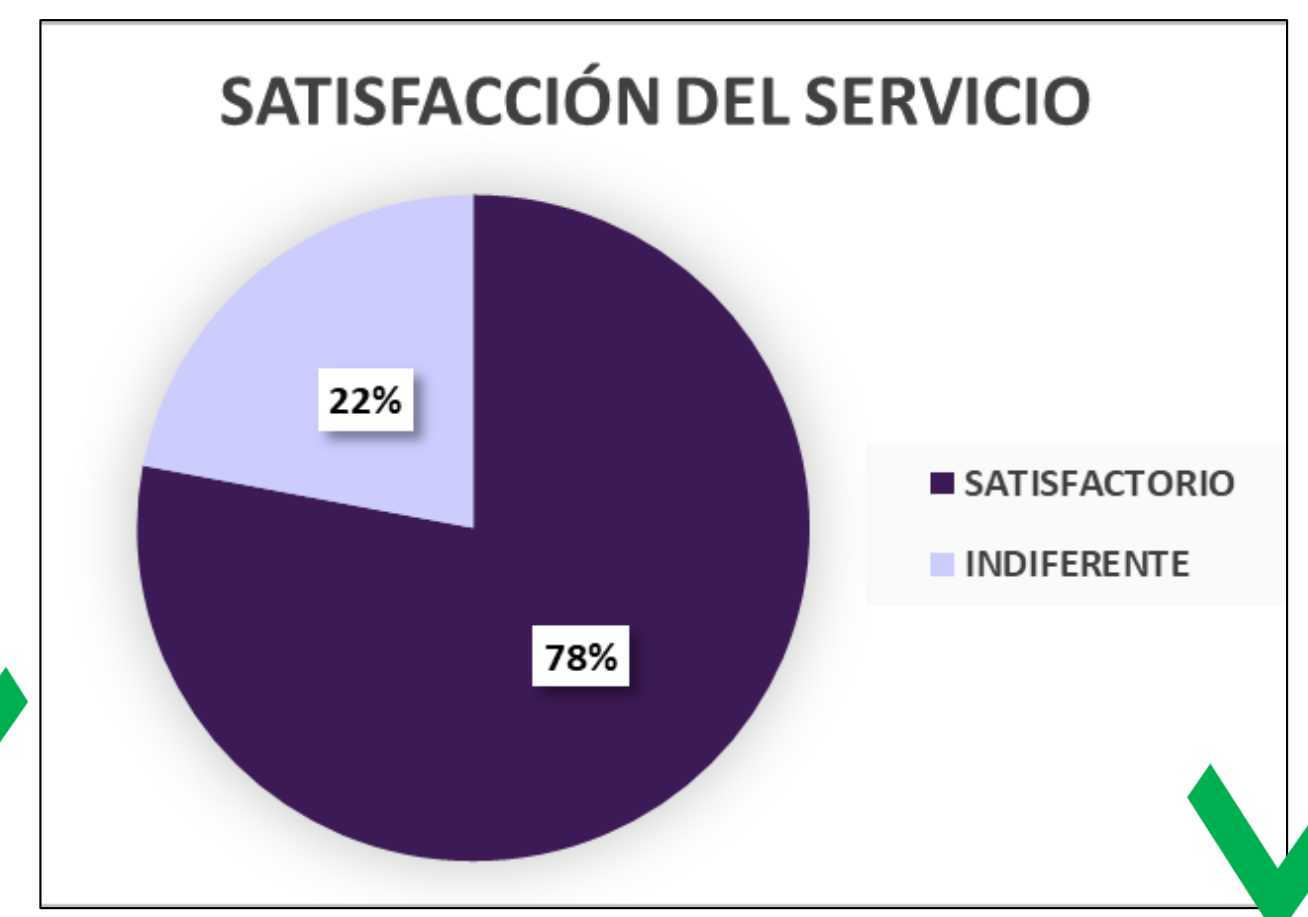
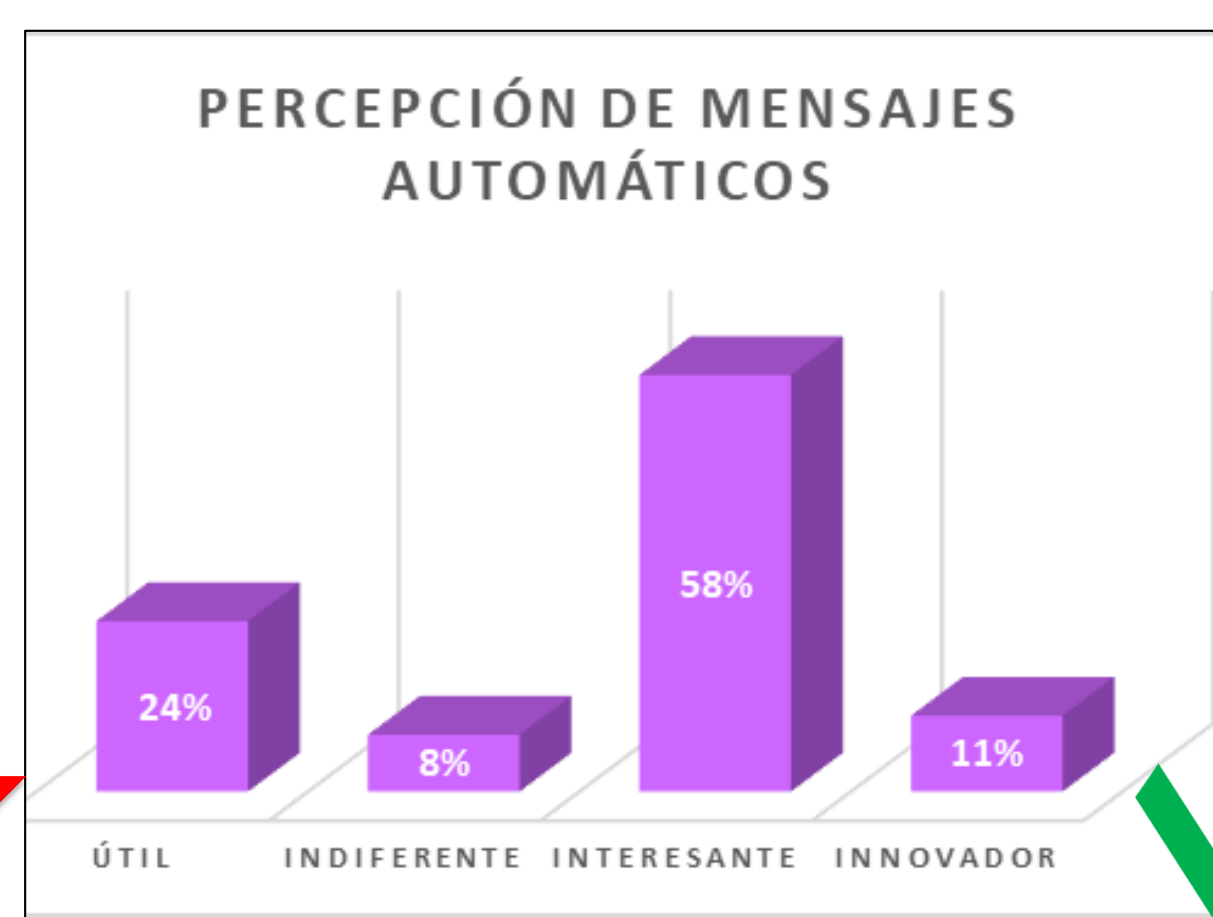
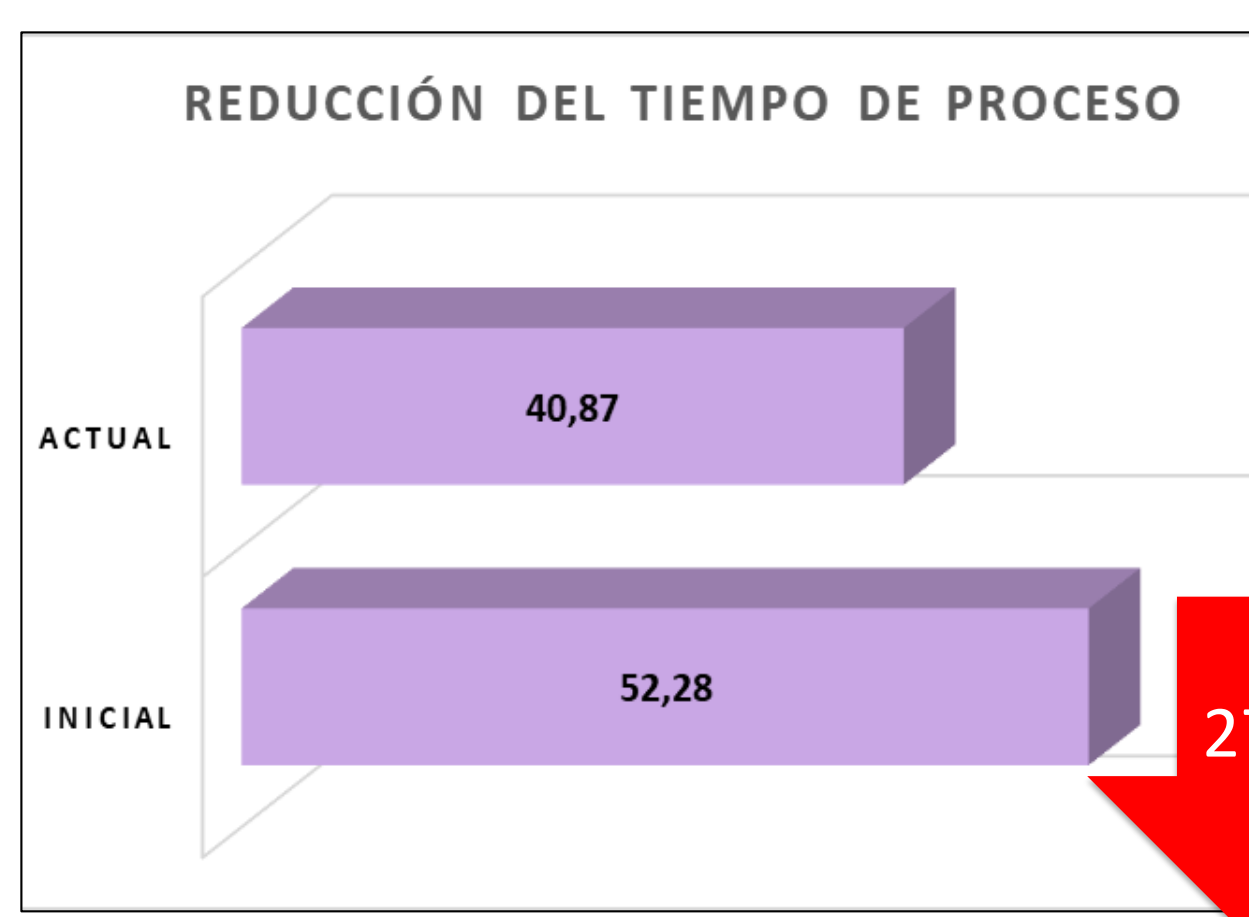
*Se midió estadísticamente del proceso.

Se elaboró un manual de usuario con la información necesaria para la descarga de WhatsApp Business y la correcta gestión de mensajes automáticos.

*Se midió la percepción en encuestas.

Para estandarizar el proceso de comunicación se capacitó a la vendedora de e-commerce, la cual identificó y mejoró sus puntos débiles.

*Se midió la satisfacción en encuestas.



Una vez aplicadas las soluciones se logró una reducción de, aproximadamente, 12 minutos, la cual representa un ahorro en el costo hora hombre que se invertía en la actividad. Se tomó en consideración costo hora hombre, costo día hombre, promedio de pedidos al día, cantidad de locales a nivel nacional.

*Se realizó con un cálculo de parte de los analistas del proyecto.



CONCLUSIONES

- Se redujo aproximadamente 12 minutos del proceso de compra, siendo un porcentaje mayor al deseado, 27%, resultando en una implementación de soluciones exitosa.
- Se logró el objetivo de otorgar un sentimiento de atención constante al implementar mensajes automáticos para disminuir las desconexiones de los clientes, donde el 58% lo considero "interesante".
- Al reducir el tiempo de preparación se estima un ahorro en la cadena de supermercados de \$26,250 mensuales basado en una cantidad promedio de pedidos al día por la gran cantidad de locales donde todos usan este método de despacho.
- Se aumento el nivel de satisfacción del cliente con respecto a la experiencia del proceso y tiempos de entrega, encontrándose actualmente en 78%.