



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Tiempo de entrega y fiabilidad del servicio del área de
planchado y pintura de Autoespar, San Luis, 2022**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORES:

Cordova Robles, Daniel Anibal (orcid.org/0000-0002-3703-2378)
Guerreros Jaque, Lisbeth Marisol (orcid.org/0000-0001-8535-5983)

ASESOR:

Dr. Romero Pacora, Jesus (orcid.org/0000-0003-4188-2479)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo Económico, Empleo y Emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

A mis padres Marina y Rafael quienes con su apoyo me han permitido tener un logro más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de responsabilidad y valentía.

Dedicatoria

A mis padres Julio y Yolanda quienes con su apoyo me han permitido tener un logro más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de responsabilidad y valentía.

Agradecimiento

Mi profundo agradecimiento a las autoridades de la empresa Autoespar, quienes me permitieron realizar esta investigación en el concesionario.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	7
III. METODOLOGÍA	25
3.1 Tipo y diseño de investigación	25
3.2 Variables y operacionalización	26
3.3 Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	33
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35
3.5 Procedimientos	37
3.6 Método de análisis de datos	37
3.7 Aspectos éticos	38
IV. RESULTADOS	39
V. DISCUSIÓN	56
VI. CONCLUSIONES	64
VII. RECOMENDACIONES	68
REFERENCIAS	70
ANEXOS	83

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1: Cantidad de técnicos y trabajadores	36
Tabla 2: Estadística de fiabilidad de la variable 1	40
Tabla 3: Estadística de fiabilidad de la variable 2	40
Tabla 4: Frecuencia de la variable tiempo de entrega	41
Tabla 5: Frecuencias de la dimensión fiabilidad	42
Tabla 6: Frecuencias de la dimensión exactitud del servicio	43
Tabla 7: Frecuencias de la dimensión expectativa del servicio	44
Tabla 8: Frecuencias de la dimensión promesa del servicio	45
Tabla 9: Frecuencias de la variable fiabilidad del servicio	46
Tabla 10: Tabla cruzada entre las variables tiempo de entrega y fiabilidad	48
Tabla 11: Tabla cruzada entre la dimensión exactitud del servicio y la variable tiempo de entrega	49
Tabla 12: Tabla cruzada entre la dimensión promesa del servicio y la variable tiempo de entrega	50
Tabla 13: Prueba de normalidad para las variables y dimensiones	52
Tabla 14: Niveles de correlación bilateral	53
Tabla 15: Prueba de hipótesis general	54
Tabla 16: Prueba de hipótesis específica	55
Tabla 17: Prueba de hipótesis específica 2	56
Tabla 18: Prueba de hipótesis específica 3	57
Tabla 19: Prueba de hipótesis específica 4	58

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1: Histograma de frecuencia de la variable tiempo de entrega	41
Figura 2: Histograma de frecuencias de la dimensión fiabilidad	42
Figura 3: Histograma de frecuencias de la dimensión exactitud del servicio	43
Figura 4: Histograma de frecuencias de la dimensión expectativa del servicio	44
Figura 5: Histograma de frecuencias de la dimensión promesa del servicio	45
figura 6: Histograma de frecuencias de la variable fiabilidad del servicio	46
Figura 7: Histograma del cruce de variables tiempo de entrega y fiabilidad	48
Figura 8: Histograma del cruce de la dimensión exactitud del servicio y la variable tiempo de entrega	49
Figura 9: Histograma del cruce de la dimensión promesa del servicio y la variable tiempo de entrega	51

Resumen

La investigación propuso determinar la relación que existe entre el tiempo de entrega y la fiabilidad del servicio en el área de planchado y pintura de la empresa Autoespar, San Luis, 2022. La metodología estructurada es un enfoque cuantitativo, método hipotético deductivo, tipo aplicada, diseño no experimental con corte transversal correlacional. La población evaluada fueron los trabajadores del área de planchado y pintura entre operarios y personal de oficina. La muestra fue de 26 personas, por lo tanto se utilizó la muestra censal, se aplicó la encuesta y el instrumento fue un cuestionario de 30 ítems. Los resultados demostraron que el tiempo de entrega afecta de manera directa al área de planchado y pintura del área de planchado y pintura en la empresa Autoespar 2022, porque se evidenció que esta percepción está en un nivel medio (46.20%) y la percepción de la fiabilidad del servicio se evidencia también en un nivel medio (80.80%). Se determinó que existe una correlación positiva media ($s= 0.377$, $p < 0.058$) entre el tiempo de entrega y la fiabilidad del servicio.

Palabras clave: Proceso, técnica, compromiso, confiabilidad.

Abstract

The research proposed to determine the relationship between the lead time and the service reliability of the service in the ironing and painting area of the company Autoespar, San Luis, 2022. The structured methodology is a quantitative approach, hypothetical deductive method, applied type, non-experimental design with correlational cross-section. The population evaluated were the workers in the ironing and painting area, between operators and office staff. The sample was 26 people, therefore the census sample was extracted, the survey was applied and the instrument was a 30-item questionnaire. The results showed that the lead time directly affects the ironing and painting area of the ironing and painting area in the company Autoespar 2022, because it was shown that this perception is at a medium level (46.20%) and the perception of the service reliability is also evidenced at a medium level (80.80%). It is limited that there is a positive confirmation of means ($s = 0.377$, $p < 0.058$) between the lead time and the service reliability.

Keywords: Process, technique, commitment, reliability.

I. INTRODUCCIÓN

La industria automotriz desde el ámbito internacional, es cada vez más competitiva, escenario que ha generado la creación de normas estandarizadas más eficientes, utilizando mejor los espacios de trabajo, teniendo una rotación idónea de repuestos con mayor salida, dando al cliente una respuesta y servicio más ágil, constituyendo todo hacia una nueva forma de competitividad que a la par conlleva al crecimiento de este rubro frente a años anteriores. Equilibrar la responsabilidad de controlar los estándares de producción y la percepción del cliente por la buena atención, es de carácter imprescindible en el crecimiento y reconocimiento de la organización (Desafíos de la industria automotriz, expansión, 2021). Estos aspectos son importantes para la organización de la empresa ya que una entrega más corta de los servicios ofrecidos hace posible mejorar la eficiencia de las operaciones producidas, sin olvidar la calidad del trabajo realizado, ya que este es un indicador de que la organización puede reaccionar de manera más rápida y por ende llevar una mejor tasa de retención de clientes. En un mundo cambiante todas las empresas deben adaptarse, tener un método de gestión eficaz que reduzca los tiempos de entrega para sus clientes en todas las áreas y procesos dentro de la organización (Demand Driven, Logistec, 2022). Asimismo, la organización debe contar con la capacidad de poder efectuar el servicio solicitado de manera confiable y ordenada, por este motivo el cliente debe contar con información exacta de los procedimientos a realizar, la compañía debe estar preparada para cumplir de forma sólida las promesas de plazos, la solución de los problemas y sobre todo realizar bien el servicio, la fiabilidad, confianza influye en la decisión de los clientes de manera relevante (logística empresarial, 2013, pg. 8). En tal sentido las empresas son percibidas de una forma positiva o negativa según sea el tipo o método de su servicio, de tal forma que, si el servicio que brindan es confiable o transmite seguridad, es muy probable que estas organizaciones realicen un servicio óptimo, eficaz y eficiente, dentro del rango de tiempo establecido e incluso reducir ese tiempo previsto logrando este aspecto fundamental que es la confianza y tranquilidad del cliente, mejorando la imagen corporativa.

En el ámbito nacional, hay diferentes representantes de la marca Toyota en el país todos ellos, como requisito de su condición, tienen que alinearse a los estándares de Toyota, siendo calidad y confianza en la marca uno de sus pilares más fuertes.

En el Perú un 66% de empresas no cuentan con una base fuerte en sus cadenas de suministros es decir que no están preparadas para el cambio o para adaptarse, entre sus desventajas se encuentran la falta de planificación y cadenas de abastecimiento lo que conlleva a tiempos de entrega excesivos. (Comercio, 2021). Desarrollar una buena gestión de compra es de ayuda para mantener una continuidad de suministros, previniendo variaciones en los precios del mercado lo que transmitirá en el producto final confianza de compra o servicio (Gestiopolis, 2020). Referente al ámbito local, esta investigación se desarrolló en la empresa Autoespar SA, uno de los mejores concesionarios de la marca Toyota aquí en Perú, a la par de otros referentes como Mitsui, Grupo Pana o Autonort.

El 18 de diciembre de 1990 a iniciativa del grupo Espinoza es fundada la empresa Autoespar, fue inscrita el 27 de enero de 1993 en SUNAT para ser registrada dentro del ámbito como una empresa de sociedad anónima, Inició sus operaciones en el año 1998, en el distrito de San Martín de Porres cuando la economía del país atravesaba duros momentos y las inversiones eran muy escasas o nulas. A partir del primero de Julio del año 2012 es inscrito al Régimen de Agentes de Retención (IGV). Actualmente, la empresa cuenta con seis sedes dentro de la capital en los distritos de San Luis, Comas, San Martín, Ate, Puente Piedra y dos sedes en las provincias de Ica y Cañete, al representar una marca mundialmente conocida por la calidad en sus procesos, cuentan con la filosofía de nombre “calidad Toyota”, la cual mide a Autoespar por indicadores tales como servicio, tiempos, calidad, atención al cliente, los resultados de esa evaluación se dan de manera trimestral por Toyota del Perú, los resultados de los dos últimos semestres han evidenciado un descenso en la buena percepción por parte del cliente, dando resultados negativos en los indicadores considerados, siendo el más crítico el tiempo de entrega de los vehículos, los resultados son consecuencia de la falta de control suficiente en los procesos, ya sea si la unidad ingresó por

reparaciones o por repuestos, teniendo en cuenta lo mencionado, se puede deducir que Autoespar SA carece de un tiempo de entrega adecuado, teniendo plazos de entrega excesivos, un ineficiente flujo de trabajo, llevando a la compañía a un bajo rendimiento de producción, teniendo un nivel bajo de producción no podríamos determinar una cantidad promedio de meta, en consecuencia las estrategias serían nulas ya que estas son consideradas a partir de una cantidad producida, desde esta perspectiva, entendemos que no se está realizando un trabajo útil, teniendo tiempos de retardo en cada proceso ya que no todas las horas trabajadas son invertidas en las reparaciones, por lo tanto, Autoespar cuenta con poca capacidad para entregar un servicio en la fecha prometida, logrando una inadecuada calidad de procesos, teniendo un bajo nivel en las evaluaciones hechas por TDP (Toyota del Perú).

En la actualidad la empresa Autoespar posee poca fiabilidad de su servicio, debido a que las unidades ingresadas, ya sea, por reparaciones o por cambio de repuestos; son realizadas mediante un servicio con un control inadecuado generando molestia en sus clientes, los cuales tienen que esperar más de la cuenta por arreglos en sus vehículos o por el cambio de algún repuesto, además, Autoespar posee un sistema y servicio limitado, dado que no lleva un control del proceso eficiente, y esto se refleja en la molestia de sus clientes y la idea negativa que tienen de la empresa ya que algunos no la recomendarían.

Por ello, se dedujo que la organización posee un sistema de trabajo ineficaz, puesto que, al ingresar un vehículo por distintas razones, existe poco control de seguimiento a las órdenes de servicio, lo cual evidencia una escasa planificación previa, aunado a esto, la realización de un progreso en los sistemas por los que pasa el trabajo o servicio en Autoespar, no pasa por un feedback adecuado, lo cual se evidenció en los resultados evaluados por TDP (anexo 1), es por ello que se planteó realizar un estudio que permitió brindar información y recomendaciones acerca de sus falencias.

Además, la presente investigación se basó en las definiciones de los siguientes autores teóricos como base para las variables tiempo de entrega y fiabilidad del servicio respectivamente. Según el autor teórico Martínez (2014), postula que el tiempo de entrega es la combinación de los tiempos de proceso y de

los tiempos muertos por los que pasa un objeto para recorrer el proceso de inicio a fin. (p. 148) Por otro lado, Callejas, A. & Llaguno (1995), define a la variable fiabilidad del servicio como el grado de exactitud entre el servicio y lo que se llegó a prometer al cliente o usuario, para ello se debe realizar el servicio con mucha exactitud de acuerdo con la expectativa y con toda la formalidad que requiere realizarlo. (p. 400)

La investigación abordó el siguiente problema general determinado en ¿Cuál es la relación entre el tiempo de entrega y la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022?; a la vez se encuentran una serie de problemas específicos que se enfocan en constituir (a) ¿Cuál es la relación entre el tiempo de entrega y la formalidad en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022?; (b) ¿Cuál es la relación entre el tiempo de entrega y la exactitud en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022?; (c) ¿Cuál es la relación entre el tiempo de entrega y las expectativas en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022?; (d) ¿Cuál es la relación entre el tiempo de entrega y las promesas en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022?

La justificación teórica se orientó a la utilización de la teoría de Joseph Juran, específicamente en la trilogía Juran. Juran (1990) el cual se orienta en la mejora constante de la gestión de calidad o también, dicho de otra forma: la administración de la calidad total. Por lo que los tres puntos específicos de la teoría “Trilogía Juran” aportaron el conocimiento y proceso correctivo que se debe seguir para mejorar la poca fiabilidad del servicio que realiza Autoespar, y de esta forma mejore tanto el servicio realizado como la calidad del mismo y sea percibida como una organización que brinda un servicio confiable.

Asimismo, la justificación teórica también se orientó en la metodología del Lean Management, la cual, según Cuatrecasas (2010) es reconocida como modelo de negocio. Esta busca realizar correcciones mediante el modelo de kaizen de los diferentes procesos de producción y servicio, de este modo, aumenta valor a la empresa y corrige lo que no produce valor, a su vez, pone al centro de todo al cliente y busca su satisfacción mediante el servicio realizado (p. 31)

Asimismo, como parte de la justificación metodológica se desarrolló un instrumento de medición, este es el cuestionario para la obtención de los datos esenciales que fueron útiles en el estudio. Estuvo conformado por dos variables estas se dividen en tres dimensiones y diez indicadores para la primera variable, así como cuatro dimensiones y diez indicadores para la segunda variable. Seguidamente se establecieron 20 ítems en total que permitieron la realización de las preguntas para adquirir la información principal.

Por último, la justificación práctica buscó encontrar la causa del tiempo de entrega inadecuado del servicio prestado por la empresa Autoespar, el cual es percibido por sus clientes, asimismo, se pretendió encontrar la causa de la poca fiabilidad del servicio brindado por Autoespar. Para ello, se entregó el estudio y resultados de la presente investigación al gerente, para que ponga en ejecución las recomendaciones brindadas según su criterio y de esta forma pueda reducir las falencias encontradas en el servicio brindado por la organización, así como también en los procesos de dicho servicio.

En conclusión, el presente trabajo sirvió a la organización como fuente de información sobre los procesos de los servicios brindados y como estos llegan a influir de manera directa en la percepción del cliente sobre la fiabilidad del servicio, también la presente investigación sirve a las empresas del mismo rubro (automotriz) para que evalúen y comparen sus propios procesos y servicios ofrecidos.

El objetivo general estuvo determinado en establecer la relación entre el tiempo de entrega y la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022; así pues, los objetivos específicos se orientan a (a) Determinar la relación entre el tiempo de entrega y la formalidad en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022; (b) Determinar la relación entre el tiempo de entrega y la exactitud en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022; (c) Determinar la relación entre el tiempo de entrega y las expectativas en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022; (d) Determinar la relación entre el tiempo de entrega y las promesas en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022.

Por otra parte, la hipótesis general buscó conocer si existe relación entre el tiempo de entrega y la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022; consecuentemente, las hipótesis específicas llevaron a (a) Existe relación entre el tiempo de entrega y la formalidad en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022; (b) Existe relación entre el tiempo de entrega y la exactitud en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022; (c) Existe relación entre el tiempo de entrega y las expectativas en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022; (d) Existe relación entre el tiempo de entrega y las promesas en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

En los antecedentes a nivel nacional, la investigación de Altuna & Alva (2018), los cuales proponen como objetivo reconocer cómo afecta el tiempo de entrega de bienes importados desde EEUU al país Peruano en el nivel de satisfacción que recibe el cliente a través del servicio de las empresas de envío y entrega rápida, utilizando una investigación de enfoque mixto, siendo una investigación cualitativa apoyada por datos cuantitativos, De acuerdo al resultado obtenido al emplear las encuestas y al emplear la correlación de Pearson tuvo como resultado de 0.834, según ello quedó demostrado que el lead time o tiempo de entrega tiene una consecuencia favorable en la satisfacción del cliente en las entidades de servicio de entrega rápida, motivo por el cual se concluye que si se entrega la mercadería en buen estado y en el plazo pactado, el cliente estará satisfecho con la gestión de la empresa, por ello, se afirma que la variable estudiada o sea el lead time sí llega a repercutir de una manera positiva para que el cliente se sienta satisfecho al usar los servicios de entrega rápida, por lo cual los investigadores llegaron a la conclusión que si la mercadería es repartida con todos los cuidados debidos y dentro del plazo acordado con el cliente este se sentirá complacido con toda la gestión realizada.

Igualmente, Delgado & Olivo (2019), en su investigación, destacan la meta primordial de establecer si la inclusión de un nuevo plan para mejora en la gestión de almacenamiento y abastecimiento posibilita disminuir los tiempos de entrega para los artículos y obras terminadas respecto a una empresa que fabrica accesorios plásticos., la cual utilizó una metodología descriptiva con el fin de describir de manera organizada todos los procesos, todas las problemáticas presentadas y también las herramientas que se puedan aplicar para mejorar el área trabajada, que la para la presente investigación es el área de abastecimiento , para llegar a los resultados se tomó en cuenta los registros históricos de ventas en un periodo de dos años anteriores al año en que se realizó la investigación con el fin de obtener una proyección de demanda sincera, la cual se pudo prevenir desabastecimientos en el stock, una vez implementada las mejoras, la investigación concluyó que con un buen plan de abastecimiento de

acorde al rubro de la organización y a un buen manejo de políticas para los casos en los que haya una devolución las entregas del producto mejoraron en un 58% ya que los días de entrega anteriores a la implementación eran 17 y después del proceso de implantación las entregas disminuyeron a tener solo 10 días de plazo de entrega pactado con los clientes.

Asimismo, Dávila (2019), en su investigación tuvo la finalidad de ejecutar una opción de mejoría en todo lo relacionado a gestión de inventariado y también se propuso mejorar la gestión de cada proceso productivo con el fin de minimizar gastos y tiempos para entregar el producto pactado al cliente. Como parte de su investigación utilizó una metodología PHVA, implementando herramientas tales como Pareto, clasificación ABC, gestión por procesos, como resultado de lo mencionado concluye que la capacidad aplicativa que tiene el método de sistemas para el registro y manejo de inventarios tiene una cualidad que lo diferencia en comparación a las revisiones periódicas, ya que en las revisiones periódicas se establecen las capacidades máximas de abastecimiento, modelo que tiene la posibilidad de causar una rotura en la capacidad de almacenamiento y disponibilidad, por tanto el método de mínimos tanto como máximos son las más adecuadas para la necesidad de la empresa, brindado al área gerencial la capacidad de una observación general y bien posicionada para poder manejar dichas existencias.

También, Yerren (2017), en su investigación destaca como objetivo observar y analizar la confiabilidad del servicio brindado a los clientes dentro de la empresa y como esta se acopla con el marketing relacional. La investigación es cuantitativa y la investigación aplicada en este caso es del tipo descriptivo-explicativo-correlacional. Donde en la prueba de normalidad obtuvo como resultado para la investigación en mención del 95%, así también, el investigador expuso que la correlación Spearman, da 0,050, y contrastando con la tabla 16 de coeficientes de correlaciones, califica como una correlación positiva muy baja, con una significancia de 0,609, motivo por el cual se acepta la hipótesis nula H_0 y se rechaza la alterna H_1 . Dando como resultado que el marketing relacional no se relaciona con la fiabilidad del servicio en la empresa A.Y.B. Medical Peruana

S.A.C, Callao, año 2017; por tanto, se llega a la conclusión de que las variables del estudio no se tomaron en cuenta dentro de la organización y por tanto no tienen conocimiento de cómo realizar un manejo de la fiabilidad.

Al mismo tiempo, en la opinión de Ángeles & Huerta (2021), exponen y afirman que la finalidad de la investigación es la búsqueda de incremento en la satisfacción que puede tener el cliente a través de la gestión en los procesos para el área de control y regulaciones de calidad de los servicios así como también en el área de proyectos, este trabajo investigativo se desarrolló mediante un enfoque cuantitativo con aplicación de diseño pre experimental, las dimensiones que se llegan a estudiar son las de fiabilidad en el servicio y la capacidad que puede tener para responder la empresa Servicios Generales Pardo E.I.R.L. Se procedió a realizar un análisis de normalidad mediante el estadígrafo de Shapiro Wilk, donde se demostró que la satisfacción del usuario tiene un resultado de (28.33) siendo menor a la productividad con (75.80), por este motivo se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, demostrando que la aplicación de gestión por procesos en la empresa estudiada incrementa la satisfacción del cliente. Se realizó el uso del software SPSS para analizar las hipótesis y validar los datos recolectados con ayuda de los registros de órdenes de servicio que se llegaron a obtener antes de la aplicación y después de la aplicación, los cuales se organizaron en un resumen que sería un antes y un después. Como conclusión, se logró determinar que una aplicación de gestión para el proceso, sí llega a incrementar la satisfacción que el cliente puede obtener en un 47% en la empresa estudiada.

Alarcón (2017), expuso que tiene por finalidad lograr consolidar una relación óptima entre la empresa ServiFreno y los clientes a través del nivel de calidad que se brinda con los servicios prestados. La investigación realizada se desarrolla de manera descriptiva y explicativa. El modelo de diseño para la investigación es del tipo no-experimental debido a que se llega a observar y describir el tipo de comportamiento de variables estudiadas por medio de un pretest en donde se llega a diagnosticar el nivel de impacto que llega a tener en la calidad, así de este modo se aplica un modelo para la mejora continua en base a procesos y por

medio de un post test se llega a dar un diagnóstico del impacto que tiene en la calidad de servicio que los clientes logran percibir. De todos estos resultados obtenidos se puede observar que hay una diferencia notable de medias entre lo que sería el pre-test y el post test de 14.85 con un nivel de significativo de 0.00 que vendría a ser menor a 0.05. Por lo cual, a través de este resultado se puede concluir que el modelo para la mejora continua en base a los procesos llega a mejorar de manera significativa el nivel de calidad en los servicios que los clientes logran percibir con la empresa de servicio ServiFreno de la ciudad de Quito — Ecuador.

Desde un punto de vista para los antecedentes a nivel internacional, como plantea Pacheco (2018), donde en su investigación propone como objetivo general de la investigación lograr estructurar un nuevo modelo de mejoría que pueda permitir una reducción en el tiempo de entrega de sus artículos de sastrería producidos por la empresa SYMP. Como parte de la metodología se utilizó el método de Six Sigma, el método Kaizen, las 8 disciplinas a modo de brindar una solución de la problemática, como resultado en las implementaciones de dichas metodologías que se llegaron a proponer, se llegó a la conclusión de que no todo método de control y toma de datos es favorable en cualquier rubro empresarial, a través de estos métodos se llegó a lograr una disminución del tiempo de manufactura de sus productos, se identificaron los factores que incidían en las demoras de producción, y se llegó a cumplir con los compromisos hechos con los clientes.

Además, Valdez (2019), en su trabajo de investigación propone como objetivo para la investigación un análisis de cadena en la empresa y su organización, para crear un estándar en los tiempos de productividad de cada etapa y así de este modo llegar a disminuir el tiempo de manufactura para la entrega, en todo esto se utiliza para la metodología un diagrama del tipo flujo de procesos, matriz VSM (value stream mapping), como conclusión los datos que se obtienen son de mucha importancia para poder detectar, aquellos lugares donde se genera despilfarro, que a la vez permite identificar qué lugares o procesos tienen que mejorar y en cada uno de ellos implementar las técnicas anteriormente

mencionadas.

Asimismo, Moreno & Ibarra (2017), en su investigación propone como objetivo dar un aporte evidencial basto de la fiabilidad y validación en la escala de felicidad y satisfacción de la ciudad de lima que se utiliza en el cuestionario de Reynaldo Alarcón del año 2006. Se llega a utilizar la metodología del tipo cuantitativa con la ayuda de una encuesta de medida que se justifica por un marco teórico, en donde se observa que los resultados demuestran el alfa de Cronbach fue completamente basto para poder asegurar la validación y fiabilidad de dicho cuestionario, la Escalade Felicidad de Lima que se aplicó a la muestra, ($\alpha = 0.919$). Los resultados se muestran como intervalos entre 0.747 y 0.875, los cuales se asemejana lo reportado en el estudio original de Alarcón (2006), siendo índices de confiabilidad de 0.72 y 0.88. también se realizó la correlación de Pearson, teniendo coeficientes significativos en todos los ítems, el valor delas correlaciones fue en $r = 0.522$; $p < 0.001$. Por conclusión, la escala logra presentar las propiedades psicométricas adecuadas que permiten usar como recomendación sus empleos como un instrumento para evaluar el nivel de felicidad en el ámbito laboral.

Por otro lado, una de las teorías mencionadas en este trabajo es la teoría de Joseph Juran, específicamente en la trilogía Juran, la cual se orienta en la capacidad de mejora continua para el nivel de calidad o también, dicho de forma distinta: una administración total en la calidad.

Así pues, una de las teorías se encuentra cimentadas en la convicción deque las organizaciones basadas en un marco de gestión abocada almejoramiento de la calidad, ya sea desde el nivel inferior hasta el nivelejecutivo de dicha organización, lo llevará a alcanzar el éxito a largo plazoy la satisfacción de sus clientes, el cual habrá cubierto sus necesidades.La práctica de esta teoría está sustentada en que la empresa debe brindartodas las ayudas y herramientas que se puedan necesitar para poderobtener una mejora continua en el nivel de calidad, así sea un tipo de proceso, servicio realizado o también un producto. (Juran, 1990, p. 263) Respecto al autor de esta teoría, el ingeniero rumano Joseph Juran ha escrito alrededor de 20 libros publicados y más de cien

publicaciones que hablan por completo de la calidad en las empresas y organizaciones y es asesor de muchas empresas en el mundo. Por otra parte, su teoría "Trilogía Juran" presentada en 1986 se llegó a estructurar como la base de las mejores prácticas en gestión para la calidad a nivel mundial. Así pues, esta teoría se basa en tres puntos específicos vitales para la obtención de la calidad total, y son: La planificación de lo que vendría a ser calidad, para desarrollar los artículos, productos y procesos generales requeridos para poder cumplir y satisfacer los pedidos y necesidades del consumidor cliente; el control y registro de calidad, para prevenir los errores en el proceso se realiza inspecciones posteriores a los hechos; y por último la mejora de la calidad, quizás no para obtener un servicio o producto perfecto, pero sí para obtener un producto o servicio cada vez mejor y más parecido a lo que el cliente desea. El rol de lo que vendría a ser mejora en la calidad es el de poder identificar cual es la necesidad para mejorar a través de los niveles de rendimiento que existen e implementarlo con éxito. Estos puntos descritos en la teoría "Trilogía de Juran" impacta de forma directa a la variable en estudio fiabilidad del servicio, ya que en la empresa Autoespar visualizamos poca fiabilidad por parte de sus clientes, debido a que el servicio que ofrecen tiene muchas fallas percibidas, tanto en el proceso mismo del servicio, como en el control.

Asimismo, la teoría del Lean Management respalda a la segunda variable en estudio tiempo de entrega, realizando un control exhaustivo del proceso y corrigiendo falencias para el mejoramiento del servicio y reducción del tiempo de entrega. Se cree que el Lean Management surge en la empresa automovilística TOYOTA, en Japón cuando la empresa soportó una época mala por la recesión que se dio por resultado de la segunda guerra mundial, allá por los años 50. Sin embargo, se le empezó a llamar Lean Manufacturing a través del libro "La máquina que cambió el mundo" de Womack, Jones y Roos (1992). El Lean Manufacturing se basa en la realización de las mejores prácticas en los procesos productivos, luego ello pasó a las distintas áreas o ámbitos de la empresa, de esta forma pasó a denominarse Lean Management.

El Lean Management es de las mejores y más avanzadas metodologías en el ámbito de gestión empresarial, ofrece una amplia gama competitiva para poder

realizar la gestión de una empresa, teniendo como centro de todo al cliente. A su vez, trata del modelo de mejora continua y de creación de valor, reduciendo lo que no crea valor, eliminando todo aquello que no sea productivo, como por ejemplo: Aquellos gastos que no brinden un beneficio serán eliminados; revisando todas las acciones de la empresa para eliminar acciones innecesarias y minimizar el esfuerzo; y también analizando los procesos realizados en la empresa para de esta forma optimizar los tiempos para realizar dicho proceso, con la finalidad de reducir las pérdidas de tiempo. Este último punto que se toca en la metodología del Lean Management se relaciona con la variable estudiada tiempo de entrega, impactando de forma directa, ya que en la empresa Autoespar visualizamos que posee un tiempo de entrega inadecuado y la metodología Lean Management aportará el conocimiento para sugerir la adecuada corrección de tal variable, realizando un análisis exhaustivo del proceso de entrega del servicio de Autoespar en el área de planchado y pintura, optimizando el proceso y reduciendo las pérdidas de tiempo.

Por otro lado, el autor teórico para la variable tiempo de entrega está orientado por los conceptos de por Martínez (2014), quien postula que el tiempo de entrega es la combinación de los tiempos de proceso y de los tiempos muertos por los que pasa un objeto para recorrer el proceso de inicio a fin. (p. 148)

Asimismo, y para reforzar el concepto de Martínez (2014) Heizer & Render (2009), sostienen que, en relación con el Lead Time este se refiere a que en el sistema que se utiliza para compras, interviene los tiempos entre poder recibir y poder registrar una orden en el sistema de producción, este vendría a ser el tiempo para la espera, cola, proceso de preparación y movimiento para cada parte producida. (p. 495)

Igualmente, la guía para el conocimiento de la gestión de proyectos (2021) publicada por el project management institute, refiere que el tiempo de entrega logra indicar cuál es la cantidad de un tiempo transcurrido en una historia o fragmento para el trabajo una vez que ingresa a la lista de trabajos pendientes hasta el final de la producción. Un menor tiempo de entrega indica un proceso más efectivo y un equipo de proyecto más productivo.

Por último, Vélez (2014), en la publicación editorial, Logística Empresarial: Gestión eficiente del flujo de suministros, se refiere al tiempo de entrega o lead time el cual se incrementa al poder disminuir los tiempos que transcurren entre la solicitud demandada y la retribución de lo solicitado, es el nivel de capacidad para poder ser oportuno y estar posicionado en el lugar y tiempo correcto. (p. 42) Con la definición mencionada, del tiempo de entrega, obtenemos las siguientes dimensiones de estudio dadas por el autor teórico Martínez (2014), tales como, proceso productivo, tiempo muerto y confiabilidad en la entrega.

Por otro lado, la fiabilidad de servicio está sustentada bajo el concepto de Maqueda & Llaguno (1995), donde argumentan que la fiabilidad del servicio es el grado de exactitud entre el servicio y lo que se llegó a prometer al cliente o usuario, para ello se debe realizar el servicio con mucha exactitud y con toda la formalidad que requiere realizarlo. Todos ellos de la mano con la publicidad que se hizo del servicio ofertado. (p.400)

Además, para reforzar el concepto de Maqueda & Llaguno (1995), Cottle (1991), sostiene que, la fiabilidad es aquella cualidad que se llega a manejar con profesionalismo a modo de lograr realizar una solicitud donde se puede garantizar la entrega y calidad, en el cual se logró adjuntar un nivel de exactitud a una cantidad de partes y componentes que permitieron al solicitante observar el nivel y capacidad de profesionalismo de los trabajadores. La fiabilidad llega a ser la cualidad de poder realizar un servicio solicitado de manera fiable y exitosa; todo esto abarca varias características como valores y demás que permiten al solicitante discernir el nivel educativo y profesional. El solicitante evalúa al vendedor y a la empresa para poder juzgar el nivel de capacitación que estos tienen. De la misma manera la fiabilidad consiste en entregar un servicio de la manera óptima desde el inicio en el que este es solicitado. (p.36).

Por último, Drucker (1990), define a la fiabilidad como el nivel de desarrollo que debe tener la institución que brinda un servicio para poder ofrecerlo de manera fiable, certera y metódica. Todo esto incluido en el concepto de fiabilidad donde se puede observar la inclusión de las variables que faculta al solicitante el poder observar y juzgar la capacidad y formación académica profesional de la empresa,

en otras palabras, la fiabilidad tendría como significado adicional brindar siempre un mejor servicio desde que este se solicita. Estas características son percibidas por clientes que se nutren con el servicio de la empresa, por tanto, son los que pueden percibir y dar su valoración a dicho servicio. (p.114).

Por tanto, todas las definiciones de la variable fiabilidad de servicio muestran la importancia dentro del servicio de la empresa, lo cual, si es percibida de buena forma o como un servicio fiable, es porque la organización logra entregar un servicio completo y de calidad. Además, para que un servicio pueda ser considerado fiable este debe presentar una serie de componentes positivos y que sumen al proceso del servicio, y la obtención de la calidad total. Estos conceptos contribuyen para la definición de la organización o procesos definidos del servicio, sin embargo, las dimensiones estudiadas por el autor Maqueda & Llaguno (1995), siendo estas: la formalidad del servicio, la exactitud del servicio, las expectativas del servicio, y las promesas del servicio. Por tal motivo, estas serán las dimensiones estudiadas en la investigación.

Así mismo, en la presente investigación se buscaron diferentes artículos científicos indexados (Ebsco, Scopus, Scielo), todos en relación de la primera variable: Tiempo de entrega.

Como señala Avosani & Mayerle (2017), en su artículo científico el tiempo de entrega es un fundamental diferencial competitivo para las organizaciones que logran disminuir su lead time, la presente investigación buscó identificar y cuantificar los factores que influyen en esta variable motivo, por lo cual mediante el autor teórico se realizó una investigación de campo, avalados por medio de un modelo de regresión, los resultados más importantes fueron: uso de herramientas para la planeación, reducción de tiempo de entrega de los materiales críticos y la eliminación de trabajo, la conclusión de este análisis correlacional dio como resultado una asociación entre variables ya que varían de nulas a malas.

Al mismo tiempo Izar, Ynzunza & Zermeño (2015), en su estudio científico: realiza una investigación y compara el cálculo del punto de reorden siendo la demanda diaria de artículos independiente del lead time o la correlación entre ambas variables. En los resultados arrojados resalta que las variables en estudio

guardan una relación baja. Si el coeficiente de correlación brindara datos estadísticos negativos o positivos, se podría decir que guardan correlación o son significativas.

Asimismo, Izar, Ynzunza, Castillo & Hernandez (2016), en su investigación científica, por la cual pretenden conocer el impacto que la desviación estándar del lead time y de la demanda tienen en el costo del inventario, si los artículos tienen una distribución de la demanda del tiempo de entrega normal en todos los casos, el costo del inventario debería variar linealmente con la desviación estándar del tiempo de entrega. Como resultado que obtuvo el investigador se concluyó que el costo de inventario no varía a raíz de la demanda, sino, en particular el de faltantes y de mantenimiento del inventario, los cuales son los que definen el servicio. Dentro de las recomendaciones se sugiere cambiar al proveedor para el manejo del inventario, mientras no varíe el tiempo de entrega o éste sea menor.

A su vez, como señalan Cantú, Torres, Alcaraz & Banda (2018), en su investigación científica, donde el objetivo principal y primordial del estudio es conocer si existe correlación entre calidad, tiempo y costo en proyectos de desarrollo de software. El principal hallazgo mediante el análisis de Pearson es que las variables están relacionadas de forma directamente proporcional. Sin embargo, algunas incrementan en mayor medida que otras: mientras se ofrece un mejor producto o aumenta su calidad, asimismo aumenta el tiempo de entrega; se puede inferir que por métodos o procesos equívocos del proveedor; a su vez el aumento en el tiempo de entrega incrementa el costo del producto aunque en menor medida, lo que significa que este incremento no ha ocasionado la cancelación del proyecto; es sabido que la calidad del producto eleva el costo del mismo, en tal medida que a mayor calidad, mayor costo de fabricación. En los proyectos ejecutados los clientes quedaron satisfechos con el producto adquirido; sin embargo, la entrega no fue a tiempo y los costos incrementaron.

Además, como expresan Torres, Mansano, Dos Santos, Passos & Riveiro (2016), en su artículo científico donde tuvieron como objetivo general el analizar los procesos logísticos de una cadena minorista de flores buscando proponer

acciones para reducir el tiempo de entrega a partir de la herramienta MCT- Manufacturing Critical-path Time. Los objetivos específicos fueron: (i) medir el grado de pérdidas y desperdicios que provoca el lead time en el ciclo del producto desde su adquisición hasta su distribución en sucursales; y (ii) identificar los principales factores dentro del enfoque QRM que pueden contribuir a la reducción del tiempo de entrega en la cadena logística. Al final de la investigación, fue posible proponer cambios en los lugares de compra de flores y en el modo de distribución a tiendas, simulando una reducción en el lead time de aproximadamente un 80%.

Por otro lado, de acuerdo con Izar, Ynzunza & Guarneros (2016), en su investigación científica donde el objetivo principal fue conocer las consecuencias que la variabilidad de la demanda del lead time tiene sobre las existencias de seguridad y el costo del inventario de cada artículo. Se realizó el análisis y se concluyó que las variables poseen una distribución normal en la demanda del tiempo de entrega y la otra una distribución uniforme. Por ende, Los costos analizados son sobre el mantenimiento del inventario de seguridad y el de los faltantes que hay cuando la demanda es mayor a las existencias.

Al mismo tiempo, citando a Bellodas (2020), en su investigación donde el objetivo principal fue realizar la implementación de la herramienta Just inTime para la reducción del lead time de los pedidos de la empresa de fabricación de muebles. Para lo cual se realizó un balance de línea y se desarrolló la técnica Kanban con la finalidad de realizar un análisis en base a la herramienta JIT. Con el desarrollo del balance de línea se obtuvo una reducción del WIP y el NVA en promedio de 49,15% y 65,25% según corresponda. Así mismo, se obtuvo una eficiencia de línea del 91,5%, considerado como un nivel alto.

Igualmente, como afirma Tiepermann & Porporato (2021), en su investigación de un estudio de caso, donde se mapearon los flujos de producción para identificar puntos críticos y mejorar los tiempos de entrega. Se utilizarán técnicas de aprendizaje automático y herramientas de clasificación ABC, con el objetivo de rediseñar el sistema utilizado por la organización en la acumulación de costos tanto generales como menores, es decir detectar actividades que puedan causar

costos altos y por ende no agregan valor a la organización.

De acuerdo a como señala Vera, Riera & Gil (2020) en su investigación científica realizó un análisis para encontrar el problema que causaba una menor productividad en las organizaciones ecuatorianas, llegando a la conclusión que no existen manuales de funciones de calidad, lo que ocasiona pérdida de tiempo, motivo por el cual se recomendó aplicar la filosofía de las 9's, todo se desarrolló mediante 3 pilares fundamentales los cuales fueron: Mayor espacio para los equipos, optimización de la producción, ampliar su cartera de clientes. Teniendo como conclusión una mejora en el proceso de tiempo de entrega del servicio.

Para Bedoya, Chud & Paredes (2020), en su artículo científico buscaron obtener una mejora continua mediante el lead time motivo por el cual buscaron aplicar el Value stream mapping (VSM) el cual es una cadena de valor que consta de 5 fases, la herramienta se aplicó en una cadena del sector cuero evidenciando la subutilización de espacios perdidos, tiempo perdidos en desplazamiento y procesos innecesarios, llegando a la conclusión que el mapeo en la cadena de valor es de vital importancia para el diagnóstico y proyección de estados futuros así como analizar el estado actual de la organización.

Al mismo tiempo como plantea Becerril, Gutiérrez & Hurtado (2018), en su artículo científico buscó modelar situaciones que incrementen la eficiencia y reduzcan los tiempos en las diferentes actividades realizadas para despachar los materiales de la empresa, todo mediante un buen mecanismo de mantenimientos preventivos siendo de gran importancia ya que tener equipos en óptimas condiciones mejoran la productividad y eficiencia en los tiempos de trabajo y en el tiempo de entrega pactado con el cliente.

De acuerdo a Gerlach, Da Silva, Almeida Dos Santos, Amaral Adamy & Garlet (2017), en su artículo científico exponen una búsqueda constante de optimizar procesos para llevar a la organización a ser más competitivas, idea que fue surgiendo como una producción ajustada que ya ha demostrado ser un método eficiente por ello su investigación tuvo como objetivo definir un layout que permite la optimización de procesos organizacionales, motivo por el cual se utilizaron métodos de análisis para el diagnóstico de la situación actual, como conclusión

de la investigación el diseño presentado ayudó a reducir el tiempo de entrega de la empresa en un 46% y garantizar la agilidad de los procesos.

Además, como plantean Preuss, Santini & Marconatto (2021), en su investigación científica tuvo como objetivo investigar la percepción de satisfacción organizacional y su impacto en el compromiso organizacional utilizando un estudio cuantitativo descriptivo datos recolectados de una encuesta aplicada a 172 personas, un impacto positivo en la satisfacción de los trabajadores refleja un mejor desempeño en sus áreas de trabajo, cumpliendo los procesos en los tiempos indicados, como resultado se obtuvo que en efecto el compromiso está ligado con una buena satisfacción de quejas o pedidos dentro del área los cuales representan el apoyo para el trabajador de terminar los trabajos asignados.

Igualmente, como lo hacen notar Pacheco & Vallada (2018), en su artículo científico tuvieron como objetivo reducir el tiempo promedio de respuesta a los clientes de acuerdo a sus servicios utilizando un enfoque cuantitativo basado en los resultados del tiempo promedio de respuesta, para ello se utilizó los pasos de la metodología DMAIC comenzando con la definición del problema y terminando con el nuevo proceso controlado, como resultado obtuvieron una reducción en el tiempo de servicio de 1, 15 días a 0,404 días, reduciendo así la demora en los procesos e implementado mejoras a largo plazo.

Así mismo, en la presente investigación se buscó diferentes artículos científicos indexados (Proquest, Ebsco, Scielo) todos en relación de la segunda variable: Fiabilidad del servicio.

De acuerdo con Chege (2021), considera en su artículo científico como objetivo examinar la influencia de la confiabilidad del servicio en la satisfacción del cliente en la industria de seguros en Kenia. El estudio se basó en la Teoría del Contraste de Asimilación y empleó un diseño de investigación descriptivo. Los datos primarios se recopilaron mediante un cuestionario autoadministrado estructurado. El estudio empleó los modelos lineales de efectos mixtos de modelado de ecuaciones estructurales (SEM) considerando la estructura multinivel de los datos recopilados. Los resultados se presentaron en forma de tablas y diagramas de ruta para los modelos de ecuaciones estructurales.

(= 0,840, valor $p = 0,027$). El estudio encontró que había una variación en los niveles de satisfacción del cliente entre las entidades, pero esto no se atribuyó a la confiabilidad del servicio. La conclusión a la que se llegó fue que la confiabilidad del servicio influyó significativamente en la satisfacción del cliente en la industria de seguros en Kenia a nivel del cliente, pero no influyó significativamente en las variaciones de la satisfacción del cliente entre las compañías de seguros.

Al mismo tiempo, como señalan Nesheli, Ceder & Brissaud (2017), en su trabajo científico donde el propósito del estudio fue cultivar una comprensión de lo que constituye la calidad del servicio (SQ) del transporte público (PT) a nivel operativo, utilizando tácticas operativas en tiempo real basadas en medidas de rendimiento centradas en el usuario. La aplicación de tácticas adecuadas aumenta la fiabilidad del servicio, reduce el tiempo de espera de los pasajeros, evita la pérdida de traslados y reduce las frustraciones de los pasajeros. Hasta la fecha, varios estudios han investigado la eficacia del uso de tácticas en tiempo real y sus efectos en el rendimiento del sistema PT. Sin embargo, la percepción de los pasajeros relacionada con diversas tácticas operativas sigue siendo uno de los aspectos menos comprendido de las operaciones del PT.

Además, como señala Izogo (2017), que sostiene en su artículo científico; que tuvo como propósito u objetivo examinar cómo las empresas pueden influir en la lealtad del cliente a través del compromiso con el cliente al aprovechar dos conceptos de la calidad del servicio: la garantía y la confiabilidad del servicio. Los análisis se basan en 138 respuestas obtenidas de usuarios experimentados de servicios de telefonía móvil en una de las grandes ciudades del sudeste de Nigeria a través de un cuestionario de encuesta. La validez y confiabilidad del modelo de medición, así como las hipótesis propuestas, se examinaron mediante el procedimiento de modelado de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales. La confiabilidad del servicio es un predictor directo de la lealtad del cliente, mientras que la garantía del servicio no lo es.

Igualmente, como refiere Tworek (2018), en su artículo científico que tuvo como objetivo proponer el uso potencial del modelo de confiabilidad de la SI se

demuestra como parte de una investigación empírica dedicada al análisis y evaluación de la SI por parte de los especialistas en tecnología de la información (TI) de dentro y fuera del sector bancario. El análisis se basa en una encuesta realizada entre más de 200 especialistas de TI de y fuera del sector bancario en Breslavia, Baja Silesia, Polonia. El sector bancario se presenta como ejemplo debido a su singularidad: extrema sensibilidad a la fiabilidad y precisión de SI. El análisis de la fiabilidad de la SI en la organización se complementa con la comparación de la forma de entenderla noción por parte de los dos grupos de especialistas para verificar si los sectores industriales que difieren en su sensibilidad al apoyo de la SI comprenden de la misma manera la fiabilidad de la SI.

Por otro lado, como expresan Rajeev & Ashutosh (2018), en su artículo científico donde intentan averiguar los factores que conducen a la satisfacción del cliente en la industria láctea india. El estudio incluye análisis factoriales para agrupar las diversas prácticas en un conjunto más pequeño de factores homogéneos. Según el resultado del análisis factorial realizado en la continuidad del acuerdo del cuestionario del cliente, surgieron cinco factores de manera destacada, a saber, los servicios al cliente, la capacidad de resolución de problemas del cliente, las ofertas de relación calidad-precio, la calidad del producto y la confiabilidad del producto y el servicio. El factor más destacado que surgió es el servicio al cliente, seguido de la capacidad de resolución de problemas del cliente, las ofertas de relación calidad-precio, la calidad del producto y, por último, la confiabilidad del producto y el servicio.

Así pues, como refieren Weiya, Hengpeng, Chunxiao & Xiaofan (2021), propusieron como objetivo en su artículo científico el mejoramiento de la fiabilidad del servicio y reducción del tiempo de espera percibido por los pasajeros en el transporte público, mediante simulaciones, estas simulaciones basadas en datos reales de una ruta de autobús muestran que la estrategia de control integrado puede mejorar la fiabilidad del servicio y reducir el tiempo de espera percibido por los pasajeros en las paradas. Se han descubierto varias ideas a través del análisis del rendimiento: (1) El aumento de la fuerza del control de retención

mejora la regularidad de la marcha y conduce a una mayor percepción del tiempo de espera; (2) En comparación con viajar libremente, una guía de velocidad adecuada no ralentizará el cruce promedio velocidad en el viaje; (3) La escala de la demanda de pasajeros y el paso de los pasajeros son los dos factores clave que influyen en la selección de una parada como punto de control de ajuste de la velocidad.

Según como señalan Carrera, Vázquez & López (2018), en su artículo científico tomaron como objetivo evaluar la calidad del servicio de una empresa automotriz basándose en cinco dimensiones fundamentales estas son: dimensión, elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta y empatía, pretendiendo analizar el nivel de calidad para ello utilizaron la herramienta servqual.

De acuerdo con Palacios, Félix y Ormazá (2016), dan a conocer en su artículo científico el objetivo de evaluar la calidad de servicio con la finalidad de establecer el grado de satisfacción de los usuarios, motivo por el cual se aplicó una encuesta de 15 preguntas utilizando el modelo Servqual a una muestra de 322 usuario, utilizó las dimensiones de fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad, bienes tangibles y satisfacción global, obteniendo los siguientes niveles: empatía 72%, seguridad 61%, tangibilidad 56%, fiabilidad 55% y capacidad de respuesta 46%, dando como resultados porcentajes positivos en todas las dimensiones.

Asimismo, como refieren Ramírez, Maguiña & Huerta (2020), donde dan a conocer en su artículo científico que tomaron como objetivo medir la calidad de servicio y la influencia de esta en la satisfacción y lealtad de los clientes, para ello utilizaron la técnica de la encuesta realizada a 391 clientes por ello emplearon una técnica de análisis de mínimo cuadrado parcial revelando que este modelo de calidad extendida tiene un impacto positivo en la percepción de lealtad, Los coeficientes de determinación fueron; satisfacción del cliente ($r^2=0.637$) y lealtad del cliente ($r^2=0.510$), con un error cuadrático medio de aproximación (SRMR) de 0.06 que hace relevante el modelo confirmatorio.

Igualmente, como plantean Hernández, Quintana, Mederos, Guedes & García (2018), donde mencionan en su artículo científico que analizaron la calidad percibida y su motivación con la satisfacción laboral se determinó la relación

existente a partir de diferentes técnicas de análisis tales como el cuestionario y la observación, se empleó el muestreo probabilístico dando como resultado que la motivación laboral es la variable que mayor resultado tiene con la calidad.

Para Diaz, Muñoz, Gonzales, López, Rodríguez & Alfonso (2021), en su artículo científico, el cual tuvo como objetivo analizar si la confiabilidad de procesos es fundamental dentro de la organización estudiada para obtener los datos aplicaron la medición de indicadores como disponibilidad operacional, producción por periodos, todo evaluado por un modelo matemático que dio valores numéricos a las variables calidad logística y organización. la conclusión establece que la variable afectada es el desaprovechamiento de espacio dentro de la organización. Asimismo, como refieren Pedraza, Verástegui, González y Bernal (2014), en su artículo científico el cual tuvo como objetivo identificar los factores en la calidad de servicio desde la percepción del usuario llevando a cabo 120 cuestionarios para el análisis de fiabilidad de escala se determinó el Alpha de Cronbach, llegaron a identificar los factores con más bajas valoraciones siendo un (52.5%) valoraciones negativas por el tiempo de espera, los resultados del estudio en mención presentan evidencias en áreas débiles que deberán fortalecer para mejorar la prestación de servicio ofrecido.

También, con base en Mosquera, Patiño, Sánchez, Agudelo, Ospina & Bermúdez (2018), en su artículo científico, tuvo como objetivo medir diferentes factores asociados a la calidad a partir del modelo Servqual para ello se propone un modelo de estructura que contempla las 5 dimensiones del Servqual, estos son: Confiabilidad, infraestructura, responsabilidad, servicio recibido y servicio esperado, los resultados indicaron que el modelo propuesto es significativo al momento de explicar el fenómeno estudiado, dando como conclusión que la asociación entre fiabilidad e infraestructura son la de más alto grado con un coeficiente V de cramer de 0.806.

y por último, como señala Callejas (2019), donde da a conocer en su investigación científica y expone que una mejora continua y un mejor proceso productivo es un reto para la empresa y de acuerdo a las normas de calidad (SGC) establecido en la norma NTCGP 1000:2009 deficiencias en los procesos

estudiados lo que provoca un incumplimiento de requisitos de norma afectando la eficacia y el tiempo establecido para ciertos procesos motivo por el cual se realizó una propuesta que conduce a la mejora de la eficacia de los procesos y así entregar servicios y servicios que cumplan con las exigencias de los clientes.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación:

La presente investigación es de tipo aplicada ya que en base a los resultados obtenidos creamos conocimiento que pueda ayudar a mejorar los procesos dentro de la empresa de estudio.

Para Baena (2014), una investigación aplicada fija la atención en las posibilidades de llevar a la práctica las teorías generales. (p.11)

3.1.2 Diseño de investigación:

El diseño de la investigación es no experimental, porque no se alteró ninguna de las variables, de corte transversal ya que es ejecutada en un solo momento y correlacional.

Para Sáez (2017), la investigación con diseño no experimental a través de diseños transversales el estudio se centra en determinado momento, puede ser descriptivo si se mide a la variable de modo individual o puede ser correlacionada si se llega a establecer relación entre las variables de la investigación. (p.38)

Enfoque de la presente investigación fue de tipo cuantitativo, como afirma Galeano (2004), donde dice que este tipo de estudio es aquel que busca dar una explicación de la realidad, pero viendo todo de manera externa, dice también que el objetivo la investigación cuantitativa es investigar con una exacta unidad de medida o indicador social para universalizar los resultados a poblaciones ya que se trabaja con información que se pueden cuantificar. (p.13)

Se utilizó el método hipotético deductivo, según Cegarra (2012), dice que este sistema es la forma más racional para buscar las soluciones a los diversos problemas hallados, radica en realizar hipótesis acerca de los probables desenlaces al problema que el investigador ha planteado y comprobar los datos obtenidos. (p.82)

3.2 Variables y operacionalización

En la investigación se describieron las variables (1) tiempo de entrega, (2) fiabilidad del servicio. Continuando con el desarrollo definieron las variables de forma conceptual, operacional, indicadores y la escala de medición a desarrollar.

Variable 1: Tiempo de entrega

Definición conceptual

Para Martínez (2014), el tiempo de entrega es la combinación de los tiempos de proceso y de los tiempos muertos por los que pasa un objeto para recorrer el proceso de inicio a fin, en otras palabras, el tiempo de entrega es el tiempo que pasa desde que comienza el procedimiento productivo hasta que termina. (p. 42)

Definición operacional

La variable Tiempo de entrega fue operacionalizada mediante las dimensiones proceso productivo, tiempo muerto y confiabilidad en la entrega.

Dimensión 1: Proceso Productivo

Buzón (2019), define la producción como aquellos procesos, estrategias y técnicas que se emplean de una manera sistemática, de manera que una organización pueda obtener bienes y servicios logrando satisfacer los requerimientos de su clientela. (p. 12)

Indicadores de proceso productivo:

Proceso

Fullana & Paredes (2008), manifiestan que un proceso productivo de carácter fundamental sea complejo o no, consiste en transformar la materia prima en producto terminado. (p. 46)

Técnica

Rey (2003), sostiene que este indicador, es un grupo de capacidades adquiridas a través de un proceso formativo, dentro del ámbito teórico cómo también en el ámbito práctico, trata de crear las competencias en el área a trabajar. (p. 297)

Estrategia

Hrebiniak (2007), declara que la estrategia depende de la capacidad que tiene una empresa de entender su sector, competidores y desarrollar habilidades que ayuden a lograr una posición competitiva favorable. (p.94)

Dimensión 2: Tiempo Muerto

Gómez (1998), sostiene que son todos aquellos tiempos que no son invertidos directamente en el reparo, algunos ejemplos son: paros de trabajo, tareas burocráticas, y tiempo de espera por ausencia de personal, se considera también el tiempo perdido por falta de herramientas o útiles. (p. 68)

Indicadores de tiempo muerto:

Paro de trabajo

Neira (2003), declara que las horas de paro son aquellas en las que no se puede laborar ya sea por un motivo ajeno a la empresa o por un motivo ajeno a la voluntad de los trabajadores. (p.135)

Trabajo burocrático

Weber (2006), expone que una organización burocrática está diseñada para ejecutar tareas definidas y de forma constante, por medio de una rigurosa división de trabajos, una cadena jerárquica, procedimientos de operación delimitados, y el uso de papel, archivos para la administración y la comunicación formal. (p.138)

Tiempo de espera

Chapman (2006), sostiene que el tiempo de espera de producción se define como el total del tiempo de desplazamiento, el tiempo de espera, el tiempo de configuración y el tiempo de ejecución para el total del lote que se vaya a producir. (p.170)

Dimensión 3: Confiabilidad en la entrega

Armoletto (2000), expone que es la capacidad de la empresa para entregar el producto o servicio en la fecha prometida, con la cantidad y condición acordada y en los lugares indicados. (p. 53)

Indicadores de confiabilidad en la entrega:

Fecha prometida

Anaya & Polanco (2007), sostiene que es el plazo en el que la persona o entidad promete entregar al cliente el servicio o producto solicitado. (p. 89)

Cantidad prometida

Sarache & Morales (2016), los autores exponen que para tener una entrega perfecta esta debe cumplir con dimensiones esenciales estas son: entrega en el plazo adecuado, cantidad acordada, calidad solicitada y sin ningún fallo en la documentación, si alguna dimensión llega a fallar traerá consigo una percepción mala por parte del cliente. (p.173).

Condición acordada y lugar indicado

Lizarazo (1996), expone que desde el momento en que el vendedor firma un contrato o acuerdo este se compromete a entregar el producto o servicio con la calidad, lugar y fecha acordada con el usuario y de igual manera el usuario está se debe comprometer en recibir lo que solicito. (p. 11).

Escala de medición

Como la variable en estudio fue de naturaleza cualitativa, la escala de medición será de tipo ordinal ya que haremos uso de un instrumento con Escala Likert.

Variable 2: Fiabilidad del servicio

Definición conceptual

Maqueda & Llaguno (1995), definen a la variable en mención como el grado de exactitud entre el servicio y lo que se llegó a prometer al cliente o usuario, para ello se debe realizar el servicio con mucha exactitud y con toda la formalidad que requiere realizarlo. Todos ellos de la mano con la publicidad que se hizo del servicio ofertado. (p. 400)

Definición operacional

La variable Fiabilidad del servicio fue operacionalizada mediante las dimensiones formalidad del servicio, exactitud del servicio, expectativas del servicio, promesas del servicio y publicidad del servicio.

Dimensión 1: Formalidad

Diaz (2012), asegura que toda empresa debe brindar un servicio que evidencie o proyecte seriedad en sus acciones, procesos y realidades dentro de la organización, dentro de las relaciones comerciales que ejecuta la empresa, los gerentes deben cumplir compromisos acordados previamente y obligaciones para con sus trabajadores, a su vez los trabajadores deben desempeñar labores netamente profesionales dentro del servicio. (p. 433)

Indicadores de formalidad:

Seriedad

Martínez (2003), sostiene que la seriedad de un trabajador está evidenciada en sus ganas y voluntad de aprender, asimismo lo refleja su responsabilidad y competencia en la labor que desempeña. (p. 85)

Profesionalismo

Para Hargreaves (1996) una empresa que refleje profesionalismo debe poseer calidad en sus productos, así como también en el proceso de elaboración y en el servicio que brinda. Lo cual, traerá consigo una mejora continua en todas las áreas de la empresa. (p. 175)

Compromiso de la empresa

Para Pérez (1994), el compromiso que asume la empresa está plasmado en todo lo que la empresa proyecta, desde la seriedad y profesionalismo de sus trabajadores, la formalidad de la misma empresa y constitución de esta, y la responsabilidad de sus líderes. Dando como resultado la obtención de la calidad total. (p. 171)

Dimensión 2: Exactitud del servicio

Gonzales, Cabrera & Bermejo (2015), ven como exactitud de un servicio o proceso a la realización de dos aspectos importantes para que el servicio sea de fiar y exitoso, y estos son: La veracidad y la precisión. (p. 261)

Indicadores de exactitud del servicio:

La veracidad del servicio

Para Vargas & Aldana (2014), la veracidad es todo aquello que se realiza bajo una acción coherente, cuerda y con estímulos de bien para la acción a realizar, actuando con la verdad, honestidad y lealtad. (p. 183)

La precisión del servicio

Para Pérez & Gardey (2013), define a la precisión como el hecho de realizar una acción bajo parámetros exactos y definidos previamente. También hacen referencia a los valores obtenidos por la empresa en la ejecución de su servicio, mediante estándares desarrollados en la operación, los cuales son transmitidos a todos los miembros de la empresa para fines de estandarización del servicio. Un servicio preciso es el cual se estandarizó previamente y tiene parámetros establecidos. (p.52)

Dimensión 3: Expectativas del servicio

Para Cacciavillani (2018), son las ilusiones que el cliente tiene hacia un servicio nuevo y no conoce aún, están influenciadas por sus anhelos y deseos particulares, estos serán satisfechos siempre y cuando el servicio nuevo para él, colme sus expectativas. Así mismo, incluye también la experiencia que se espera tener en el proceso de compra o utilización del producto. (p.32)

indicadores de expectativas del servicio:

Satisfacción del cliente

Para Sánchez (2012), la satisfacción del usuario está condicionada a la calidad percibida y al servicio que ofrece la empresa, así mismo por cubrir las expectativas previas con las que llega el cliente antes de probar dicho producto o servicio. Por tanto, es algo que se mide en el presente determinado, ya que las necesidades y preferencias son cambiantes. (p. 19)

Anhelo del cliente

Para Alonso (2013), el anhelo del cliente está definido por los deseos más profundos que tiene, ansias de satisfacer cierta necesidad voluntaria o involuntaria. Por tanto, es una acción vital elegida empleando la imaginación, inteligencia y creatividad hacia un propósito en específico. (p. 85)

Experiencia del cliente

Gonzales & Prieto (2015), sostienen que la experiencia del cliente está condicionada al producto final, o servicio brindado por la empresa, siendo ésta la responsable directa de la satisfacción de sus clientes. Lo cual indica que, si una empresa se preocupa por desarrollar un producto o servicio que colme las necesidades de sus clientes en modo y forma, tendrá a sus clientes cautivos y bajo una gran experiencia. (p. 152)

Dimensión 4: Promesas del servicio

Para Uribe (2017), hablar de promesa de servicio es respetar los compromisos que la empresa hace en beneficio de los clientes, esto ocasiona una satisfacción plena al cliente y crea una ventaja que diferencia a la empresa ante sus competidores. (p. 129)

Indicadores de promesas del servicio:

Compromisos de la empresa

Córdoba (2010), el compromiso de la empresa está direccionado a cumplir y respetar los derechos que tienen los clientes, debe asumir responsabilidades y compromisos pactados bajo el fin supremo: satisfacer a sus clientes. De tal forma la empresa debe respetar a sus consumidores, dándole lo que desean y otorgarles propuestas innovadoras y confiables (p. 107)

Ventaja diferenciadora

Para Fernández (2018) la ventaja diferenciadora es el primer paso para obtener una ventaja competitiva, y para obtenerla se debe realizar algo que no lo hace la competencia, algo que hace únicos a la empresa, y de esta forma los clientes lo notarán. (p. 82)

Escala de medición

Como la variable en estudio es de carácter cualitativa, la escala de medición será de tipo ordinal ya que haremos uso de un instrumento con Escala Likert.

3.3 Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

3.3.1 Población:

Para Tomás (2009), la población es el conglomerado de todos los sujetos que tienen ciertas propiedades en común y de quienes se va a estudiar algunos datos. (p.42)

La población para evaluar correspondió a aquellos trabajadores tanto de pintura, planchado y oficina dentro del área de B&P, los datos fueron recogidos de un total de 26 personas entre trabajadores del área productiva como trabajadores dentro de oficina.

En seguida, se muestra en la figura 3.3.1 la sede en la que se desarrolló el proyecto de investigación, la cual se encuentra situada en el distrito de San Luis, Lima.

3.1.1 1 sede San Luis



La Tabla presentada a continuación, muestra el número de técnicos y trabajadores de oficina que se consideró para calcular la población de estudio.

Tabla 1 Cantidad de técnicos y trabajadores

ÁREAS	N°
Pintura	6
Planchado	6
Reparaciones	2
Jefe de área	1
Técnicos mecánicos	4
Matizados	1
Asesores	3
Codificador	1
Asistente administrativo	1
Almacén	1
TOTAL	26

Criterio de inclusión

Se incorporó a todo trabajador que labora en el área de planchado y pintura de la empresa Autoespar.

Criterio de exclusión

Se descartó a todo trabajador que no realiza labores dentro del área de planchado y pintura (B&P) así como también a los clientes atendidos.

Para Pérez (2010) una muestra censal recaba información sobre las características de todos y cada uno de los elementos que componen la población. (p.138).

La investigación hizo uso de una muestra censal ya que tomaremos a todos los individuos dentro del área estudiada, por lo tanto, no utilizamos muestreo.

Unidad de análisis

Trabajador que desempeña labores en el área de planchado y pintura, Autoespar, San Luis.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En cuanto a la técnica en mención, la toma de medidas de las variables de estudio (tiempo de entrega y fiabilidad del servicio) se hizo uso de la encuesta para acopiar datos específicos de la muestra. Las encuestas fueron tomadas a los trabajadores de la empresa Autoespar en el área de planchado y pintura, que es el objeto de estudio de la investigación.

Hurtado (2000) sostiene que al seleccionar las técnicas e instrumentos de recolección de datos debemos determinar por qué medio o cuál será el procedimiento que llevará a obtener la data que necesitamos para lograr los objetivos que hayamos considerado en nuestra investigación. (p. 154)

Para Palella y Martins (2017) define la encuesta como aquella técnica que se usará para obtener la data de un grupo de personas cuyas opiniones son de interés para la persona que realiza la investigación. Para llevar a cabo esto, el investigador hará una lista de preguntas claves que serán respondidas por el grupo de manera anónima. (p. 123)

Con relación al instrumento de recolección de datos, se utilizó el cuestionario ya que este es el que corresponde a la técnica encuesta.

Gil (2016) sostiene que el cuestionario, tanto en la forma propuesta como en el asunto, debe ser sencillo de responder, las interrogantes deben estar expresadas de una manera concisa y sencilla, así mismo deben ser cerradas o semiabiertas, así logramos que la respuesta no sea incierta. (p.38).

Con respecto al cuestionario que se utilizó en la investigación está compuesta de una escala tipo Likert de 20 ítems que midieron las variables tiempo de entrega y fiabilidad del servicio, Los ítems tienen tres niveles de alternativas de respuesta (Desacuerdo, indiferente, de acuerdo), con el propósito de conocer y determinar los objetivos planteados en el proyecto de investigación.

Las categorías que se utilizaron están sustentadas por los teóricos Hernández, Fernández & Baptista (2014) quienes sostienen que el uso de estas tres categorías está condicionado cuando los participantes cuentan con una limitada capacidad para discriminar las alternativas. (p.244) motivo por el cual consideremos esas tres categorías en todos los ítems.

Además, la validez del cuestionario fue examinada y validada por el juicio de expertos, ellos revisaron y opinaron como está constituida la estructura de cada ítem estableciendo coherencia, pertinencia y relevancia,

Acerca de confiabilidad del instrumento, se determinó mediante la prueba piloto, se encuestó a 13 personas de un concesionario automotriz alterno, dedicado a los mismos servicios que el concesionario que se investigó, los resultados fueron procesados mediante el sistema operativo Excel versión Microsoft office 2010, para Martínez (2008) dice que la confiabilidad del instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados.(p. 52)

Una vez que se obtienen los datos se calcula la confiabilidad del instrumento mediante el coeficiente alfa de Cronbach, donde el coeficiente requiere una administración del instrumento de medición y producen valores que van entre 0 y 1, su ventaja reside en que no es necesario dividir en dos mitades a los ítems del instrumento de medición, simplemente se aplica la medición y se calcula el coeficiente, los rangos de este coeficiente se presentan en la tabla de cálculo (ver anexo 6)

En consecuencia, las variables medidas por el sistema operativo Excel y determinado por el alfa de Cronbach fue de (0.86) (tabla N° 1) para la variable Tiempo de entrega y un coeficiente alfa de Cronbach de (0.73) (tabla N° 2) para la variable fiabilidad del servicio, por lo cual y según el nivel de confiabilidad del instrumento de investigación, es bueno.

Tabla 2

Estadísticas de fiabilidad Variable 1

<u>Alfa de Cronbach</u>	<u>N de elementos</u>
0.864007	10

Tabla 3

Estadísticas de fiabilidad Variable 2

<u>Alfa de Cronbach</u>	<u>N de elementos</u>
0.73996	10

3.5 Procedimientos

La investigación se desarrolló en las siguientes fases:

Empezamos por describir la realidad problemática, para luego determinar la variable, buscamos antecedentes que dieron argumentos sólidos sobre el tema tratado por otros investigadores, planteamos las hipótesis, definimos los objetivos y llegamos a establecer el problema.

Como segunda fase, definimos el tipo de diseño, describimos la población a estudiar y tomamos la muestra exacta de las personas que serán parte del estudio.

Como tercera fase, presentamos los resultados finales obtenidos por el programa SPSS al implementar las encuestas realizadas a la muestra estudiada.

3.6 Método de análisis de datos

El estudio se realizó empleando el programa estadístico SPSS, utilizamos el método hipotético deductivo con la base de datos obtenida de la muestra utilizada.

Se analizaron los datos mediante la estadística descriptiva para medir el nivel de fiabilidad en los tiempos de entrega, lo cual determinó la tendencia, variabilidad y distribución de la variable. Asimismo, se realizó un análisis estadístico inferencial, el cual contribuyó a deducir la correlación entre variables y a correlación de la primera variable con las dimensiones de la variable 2.

3.7 Aspectos éticos

Este trabajo de investigación garantiza la confidencialidad de los datos obtenidos de las personas encuestadas, se garantiza que los resultados obtenidos son veraces. Se cumplió con los parámetros y los códigos éticos establecidos por la universidad César Vallejo, tales como las Normas APA, la guía de productos de investigación de fin de programa y la revisión mediante el TURNITIN para revisar el índice de similitud. Así mismo, damos certeza de que la presente investigación fue de beneficio para la empresa ya que brindó recomendaciones para mejorar el área estudiada.

IV. RESULTADOS

1. Análisis descriptivo univariado

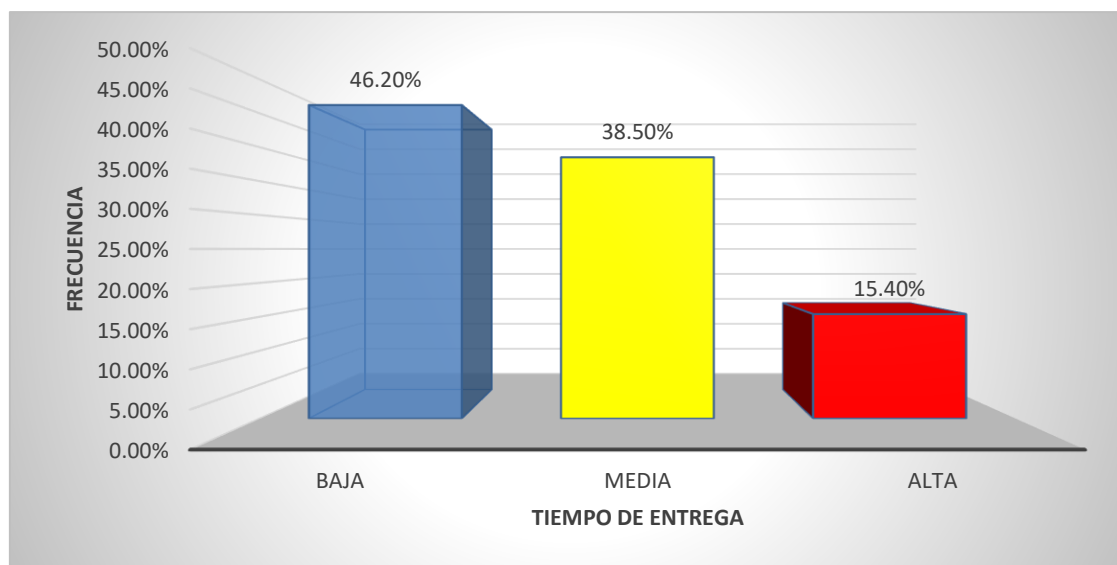
Tabla 4

Tabla de frecuencia de la variable tiempo de entrega

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	12	46.2	46,2	46,2
	Regular	10	38.5	38,5	84,6
	Eficiente	4	15,4	15,4	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

Figura 1

Histograma de frecuencia de la variable tiempo de entrega



Nota. Según la tabla 6 y figura 1, los 26 encuestados, es decir del 100% el 46,20% manifestó que el tiempo de entrega afecta de manera deficiente al área de planchado y pintura en la empresa Autoespar S.A. Sin embargo, el 38.50% manifestó que el tiempo de entrega afecta de manera regular al área de planchado y pintura en la empresa Autoespar. S.A. Así también, el 15,40% manifestó que el tiempo de entrega afecta de manera eficiente al área de planchado y pintura en la empresa Autoespar.

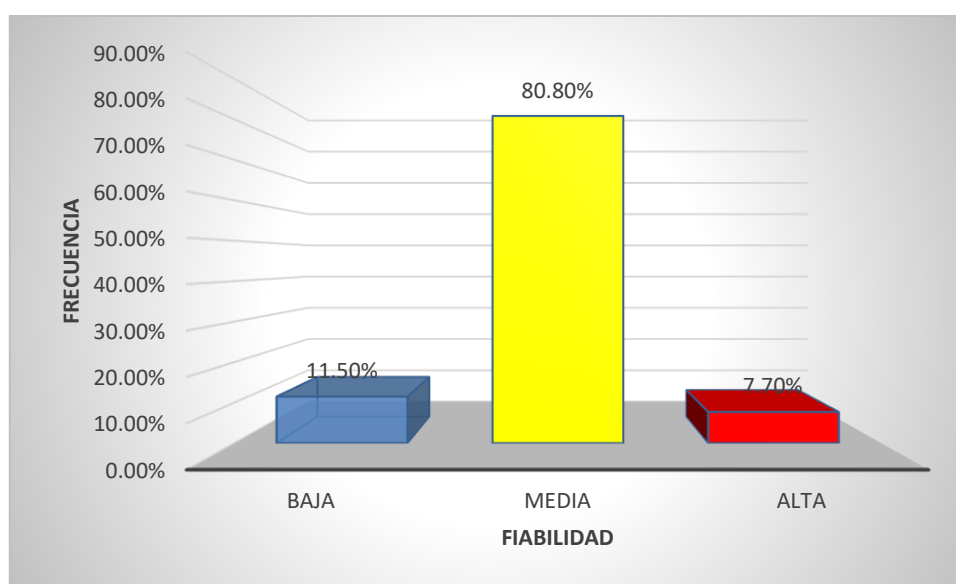
Tabla 5

Tabla de frecuencias de la dimensión fiabilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Baja	3	11,5	11,5	11,5
	Media	21	80,8	80,8	92,3
	Alta	2	7,7	7,7	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

Figura 2

Histograma de frecuencias de la dimensión fiabilidad



Nota. Según la tabla 7 y figura 2, de los 26 encuestados, es decir del 100%, el 80.80% manifestó que la fiabilidad afecta de manera media al área de planchado y pintura de la empresa Autoespar S.A, además, el 11,50% expresó que la fiabilidad afecta de manera regular al área de planchado y pintura de la empresa Autoespar S.A. También se puede evidenciar que el 7,70% manifestó que la fiabilidad afecta de manera baja al área de planchado y pintura de la empresa Autoespar S.A.

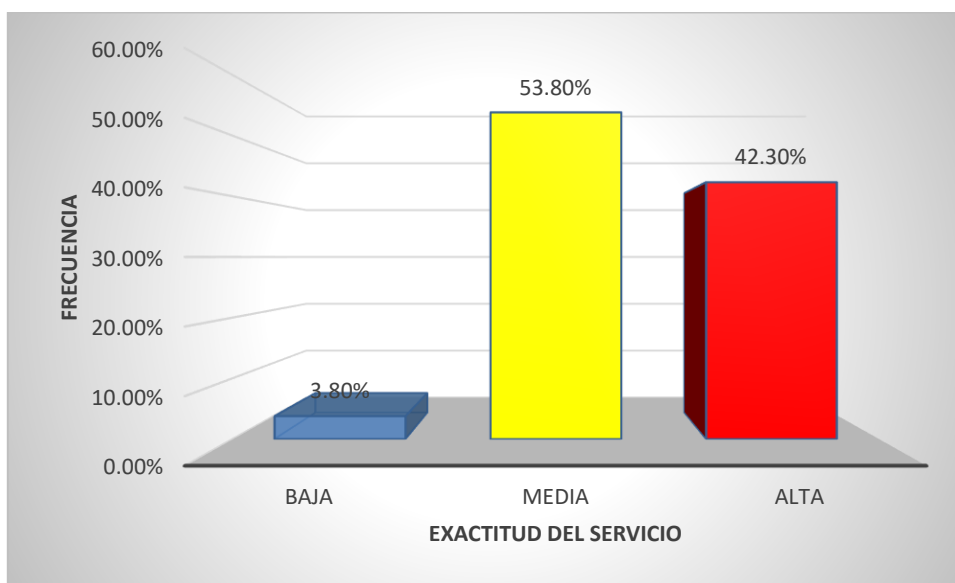
Tabla 6

Tabla de frecuencias de la dimensión exactitud del servicio

		Frecuenciaa	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	1	3,8	3,8	3,8
	Media	14	53,8	53,8	57,7
	Alta	11	42,3	42,3	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

Figura 3

Histograma de frecuencias de la dimensión exactitud del servicio



Nota. Según la tabla 8 y figura 3, de los 26 encuestados, el 53.80% expresó que la exactitud del servicio afecta de manera media al área de planchado y pintura de la empresa Autoespar S.A. No obstante, el 42.30% expresó que la exactitud del servicio afecta de manera alta al área de planchado y pintura de la empresa Autoespar S.A, así también el 3.80% expresó que la exactitud del servicio afecta de manera baja al área de planchado y pintura de la empresa Autoespar S.A.

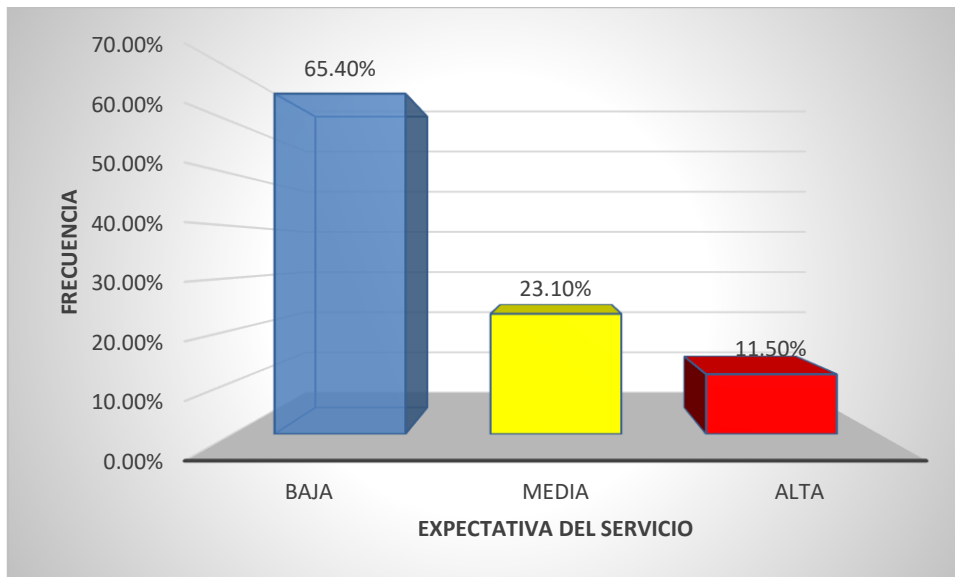
Tabla 7

Tabla de frecuencias de la dimensión expectativa del servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	17	65,4	65,4	65,4
	Media	6	23,1	23,1	88,5
	Alta	3	11,5	11,5	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

Figura 4

Histograma de frecuencias de la dimensión expectativa del servicio



Nota. Según la tabla 9 y figura 4, los 26 encuestados, es decir del 100%, el 65.40% manifestó que la expectativa del servicio afecta de manera baja al área de planchado y pintura en la empresa Autoespar S.A, mientras que el 23,10% manifestó que la expectativa del servicio afecta de manera media al área de planchado y pintura en la empresa Autoespar S.A, así también el 11.50% manifestó que la expectativa del servicio afecta de manera alta al área de planchado y pintura de la empresa Autoespar S.A.

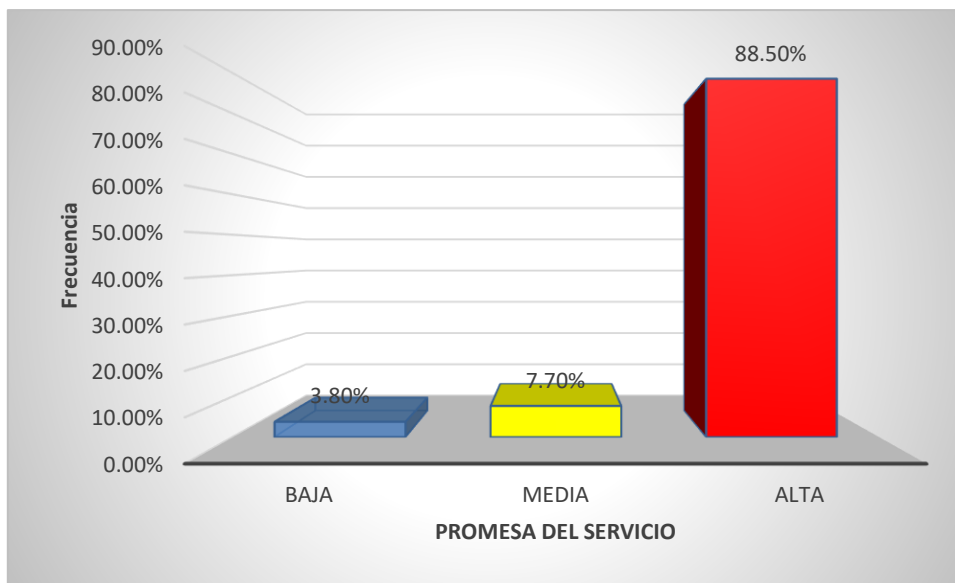
Tabla 8

Tabla de frecuencias de la dimensión promesa del servicio

		Frecuenciaa	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidb	Baja	1	3,8	3,8	3,8
	Media	2	7,7	7,7	11,5
	Alta	23	88,5	88,5	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

Figura 5

Histograma de frecuencias de la dimensión promesa del servicio



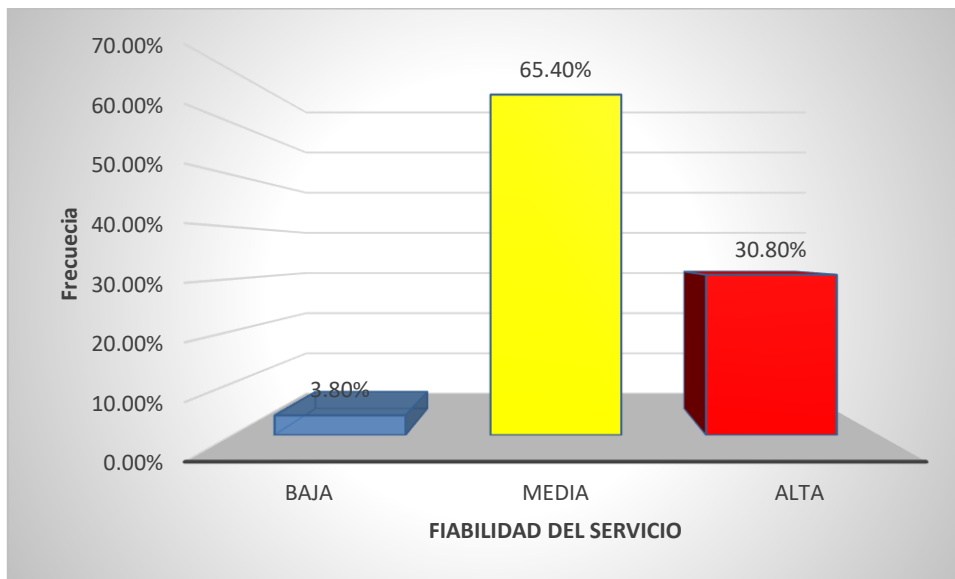
Nota. Según la tabla 10 y figura 5, los 26 encuestados, es decir del 100%, el 88,50 expresó que la promesa del servicio afecta de manera alta al área de planchado y pintura de la empresa Autoespar S.A. No obstante, el 7,70 % manifestó que la promesa del servicio afecta de manera media al área de planchado y pintura de la empresa Autoespar S.A, así también, el 3,80% de los trabajadores manifestó que la promesa de servicio afecta de manera baja al área de planchado y pintura de la empresa Autoespar S.A.

Tabla 9

Tabla de frecuencias de la variable fiabilidad del servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	1	3,8	3,8	3,8
	Media	17	65,4	65,4	69,2
	Alta	8	30,8	30,8	100,0
Total		26	100,0	100,0	

Figura 6



Nota. Según la tabla 11 y figura 6, los 26 encuestados, es decir el 100%, el 65,40% expresó que la fiabilidad afecta de manera media al área de planchado de pintura de la empresa Autoespar S.A, no obstante, el 30,80% expresó que la fiabilidad del servicio afectó de manera alta al área de planchado y pintura de la empresa Autoespar S.A, así mismo, el 3,80% expresó que la fiabilidad afectó de manera baja al área de planchado y pintura de la empresa Autoespar S.A.

2. Análisis descriptivo bivariada

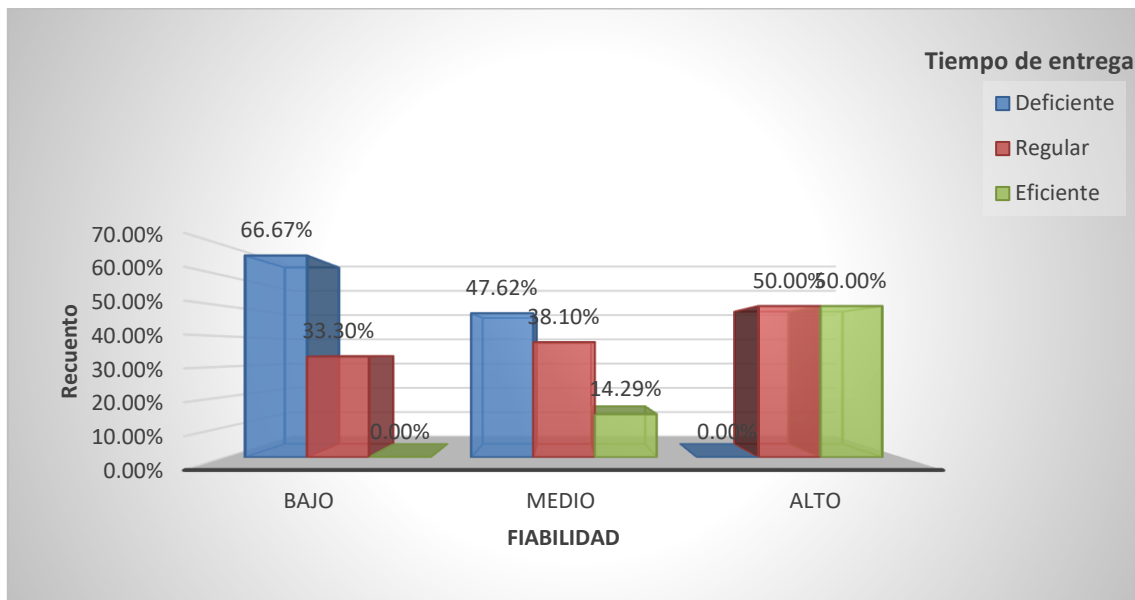
Tabla 10

Tabla cruzada entre las variables tiempo de entrega y fiabilidad

		Fiabilidad			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Tiempo de entrega	Bajo	66,67%	47,62%	0,0%	46,2%
	Medio	33,3%	38,10%	50,0%	38,5%
	Alto	00,0%	14,29%	50,0%	15,4%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 7

Histograma del cruce de variables tiempo de entrega y fiabilidad



Nota. Según la tabla 12 y figura 7, los 26 encuestados, es decir el 100%, el 50,0% informó que el cruce entre las variables tiempo de entrega y fiabilidad, tuvo como resultado un nivel alto; el 47,62% expresó que, el cruce entre las variables tiempo de entrega y fiabilidad, tuvo como resultado un nivel medio; el 66,67% expresó que, el cruce entre las variables tiempo de entrega y fiabilidad, tuvo como efecto un nivel bajo. Se determina que el 38,10% consideró que cuando la fiabilidad logró un nivel medio, el tiempo de entrega logró un nivel regular. El 33,33% expresó que, cuando la fiabilidad alcanza el nivel bajo, el tiempo de entrega alcanza el

nivel regular. El 0,0% expresó que, cuando la fiabilidad alcanza el nivel bajo, el tiempo de entrega alcanza el nivel eficiente. También, el 50,0% consideró que cuando la fiabilidad alcanza el nivel alto, el tiempo de entrega alcanza el nivel eficiente. Por último, el 14,29% expresó que, cuando la fiabilidad alcanza el nivel medio, el tiempo de entrega alcanza el nivel eficiente.

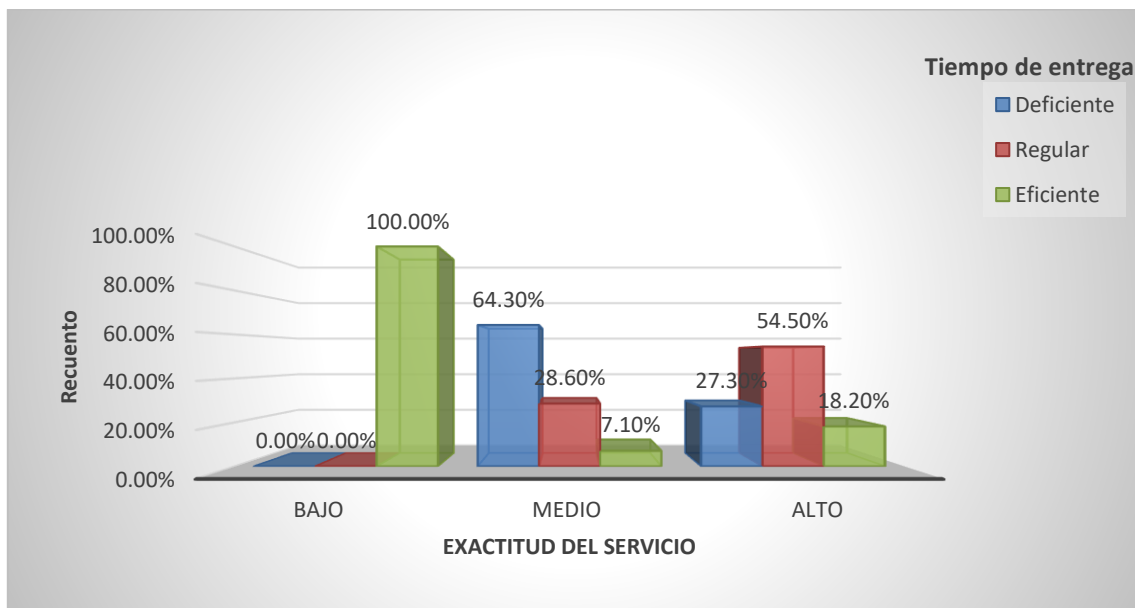
Tabla 11

Tabla cruzada entre la dimensión exactitud del servicio y la variable tiempo de entrega

		EXACTITUD DEL SERVICIO			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Tiempo de entrega	Deficiente	0,0%	64,3%	27,3%	46,2%
	Regular	0,0%	28,6%	54,5%	38,5%
	Eficiente	100,0%	7,1%	18,2%	15,4%
Total		100,0	100,0	100,0	100,0 %

Figura 8

Histograma del cruce de la dimensión exactitud del servicio y la variable tiempo de entrega



Nota. Según la tabla 13 y figura 8, los 26 encuestados, o sea del 100%, el 54,55% expresó que el cruce de la dimensión exactitud del servicio y la variable tiempo de entrega, tuvo como resultado un nivel alto; el 64,29% expresó que, en el cruce de la dimensión exactitud del servicio y variable tiempo de entrega, tuvo como resultado un nivel medio; no obstante, el 100.0% expresó que, en el cruce de la dimensión exactitud del servicio y variable tiempo de entrega, tuvo como resultado nivel bajo. Es notable determinar que el 28,57% expresó que cuando la exactitud del servicio alcanza el nivel medio, el tiempo de entrega alcanzó el nivel regular. También, el 27,27% expresó que cuando la exactitud del servicio alcanza el nivel óptimo, el tiempo de entrega alcanza el nivel deficiente. El 7,14% expresó que, cuando la exactitud del servicio alcanza el nivel medio, el tiempo de entrega alcanza el nivel eficiente. Por último, el 18,18% expresó que, cuando la exactitud del servicio alcanza el nivel alto, el tiempo de entrega alcanza el nivel eficiente.

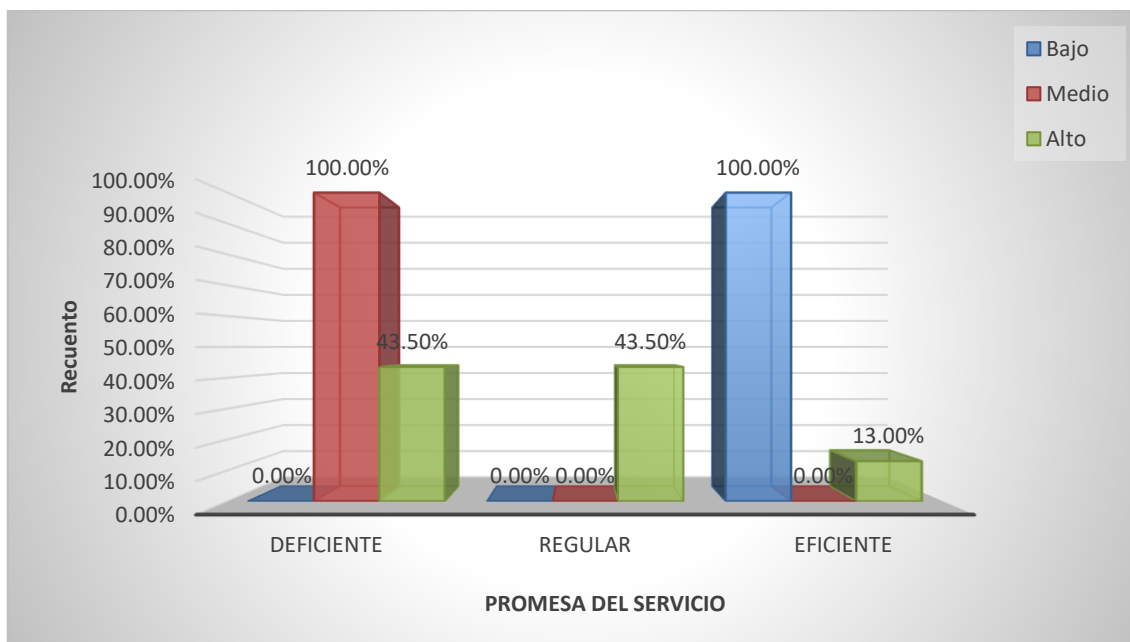
Tabla 12

Tabla cruzada entre la dimensión promesa del servicio y la variable tiempo de entrega

		Promesa del servicio			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Tiempo de entrega	Deficiente	0,0%	100,0%	43,5%	46,2%
	Regular	0,0%	0,0%	43,5%	38,5%
	Eficiente	100.0%	0,0%	13,0%	15,4%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 9

Histograma del cruce de la dimensión promesa del servicio y la variable tiempo de entrega



Nota. Según la tabla 14 y figura 9, los 26 encuestados, es decir el 100%, el 43,48% expresó que el cruce de la dimensión promesa del servicio y la variable tiempo de entrega, dieron de resultado un nivel alto; el 100.0% expresó que, en el cruce de la dimensión promesa del servicio y la variable tiempo de entrega,tuvo como resultado un nivel medio; en cambio, el 100% expresó que, en el cruce de la dimensión promesa del servicio y la variable tiempo de entrega,tuvo como resultado un nivel bajo. Es notable determinar que el 43,48% consideró que, cuando la promesa del servicio alcanza el nivel alto, el tiempo de entrega alcanza el nivel regular. También, el 13,04% consideró que cuando la promesa del servicio alcanza el nivel alto, el tiempo de entrega alcanza el nivel eficiente.

3. Prueba de normalidad

Tabla 13

Prueba de normalidad para las variables y dimensiones

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
Tiempo de entrega	,239	26	,001*	,876	26	,005
Fiabilidad	,401	26	,000	,668	26	,000
Exactitud del servicio	,302	26	,000*	,685	26	,000
Expectativa del servicio	,366	26	,000	,784	26	,000
Promesa del servicio	,514	26	,000	,383	26	,000
Fiabilidad del servicio	,250	26	,000	,843	26	,001

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. En la tabla 17, de acuerdo con la prueba de normalidad se determinó la bondad de ajuste de las variables tiempo de entrega y fiabilidad del servicio, así mismo para las dimensiones tiempo de entrega, fiabilidad, exactitud del servicio, expectativa del servicio, promesa del servicio optamos a elegir la prueba de Shapiro-Willk debido a que los datos son menores a 50, elementos \leq a 50 elementos de estudio (Moriña, Utzet, Nedel, Martín & Navarro, 2016, p.66), por lo que se observa que los datos no siguen una distribución normal (p-valor < 0.05) debido a que los datos tienen una distribución diferente a la normal utilizaremos la correlación de Spearman.

Probamos si los datos de las dimensiones de la variable 2 fiabilidad del servicio provienen de una distribución normal.

Optamos a elegir la prueba de Shapiro-Willk debido a que los datos son menores a 50, observamos que los datos de cada una de las dimensiones de la variable 2 fiabilidad del servicio no proceden de una distribución normal (p-valor < 0.05). Debido a que los datos de que cada dimensión de la variable fiabilidad del servicio tiene una distribución diferente a la normal utilizaremos la correlación de Spearman, por lo cual planteamos las siguientes hipótesis.

4. Análisis inferencia bivariada

Tabla 14

Niveles de correlación bilateral

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable.
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media.
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil.
0.00	No existe correlación.
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil.
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media.
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable.
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta.

Fuente: Tomado de la revista científica *Montevideo Científico*, 8(1), p.100. Mondragón, M. (2014)

Prueba de hipótesis general.

Hipótesis estadística

H₀ No existe relación entre el tiempo de entrega y la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022.

H_a Existe relación entre el tiempo de entrega y la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022.

Tabla 15:*Prueba de hipótesis general***Correlaciones**

		Tiempo de entrega	Fiabilidad del servicio
Tiempo de entrega	Correlación deSperman	1	,377
	Sig. (bilateral)		,058
	N	26	26
Fiabilidad del servicio	Correlación deSperman	,377	1
	Sig. (bilateral)	,058	
	N	26	26

Nota: Según la tabla 15, se observa que el coeficiente de correlación rho de Spearman es de 0.377, es decir, existe una correlación positiva media. Sin embargo, el valor de la significación bilateral es de 0.058, el cual es superior a 0,05 requerido para validar la correlación entre ambas variables de análisis. Por ende, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna. En conclusión: No existe correlación entre la variable Tiempo de entrega y la variable Fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de Autoespar, San Luis, 2022.

Hipótesis estadística.

H₀ No existe relación entre el tiempo de entrega y la formalidad en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022.

H_a Existe relación entre el tiempo de entrega y la formalidad en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022.

Tabla 16*Prueba de hipótesis específica 1*

			Correlaciones	
			Producto	Ventas
Rho de Spearman	Tiempo de entrega	Coefficiente de correlación	1,000	,433*
		Sig. (bilateral)	.	,027
	N		26	26
	Fiabilidad	Coefficiente de correlación	,433**	1,000
Sig. (bilateral)		,027	.	
N		26	26	

. La correlación es significativa en el nivel 0.05 (bilateral).

Nota. Según la tabla 16, se observa que el coeficiente rho de Spearman es de 0.433, es decir, existe una correlación positiva media. Así mismo, el valor de la significación bilateral es de 0.027, el cual es inferior a 0.05 lo que valida la correlación entre la variable y la dimensión. Por ende, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

En conclusión, se puede afirmar con un 95% de confianza que existe una relación positiva media entre la variable Tiempo de entrega con la dimensión Formalidad de la variable Fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022

Prueba de hipótesis específica 2.

Hipótesis estadística.

H_0 No existe relación entre el tiempo de entrega y la exactitud en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022.

H_a Existe relación entre el tiempo de entrega y la exactitud en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022.

Tabla 17*Prueba de hipótesis específica 2*

		Correlaciones	
		Tiempo de entrega	Exactitud del servicio
Tiempo de entrega	Correlación de Spearman	1	,147
	Sig. (bilateral)		,473
	N	26	26
Exactitud del servicio	Correlación de Spearman	,147	1
	Sig. (bilateral)	,473	
	N	26	26

Nota. Según se observa que el coeficiente de correlación rho de Spearman es de 0.147, es decir, existe una correlación positiva media. Sin embargo, el valor de la significación bilateral es de 0.473, el cual es superior a 0,05 requerido para validar la correlación entre la variable y la dimensión de análisis. Por ende, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

En conclusión: No existe correlación entre la variable Tiempo de entrega y la dimensión Exactitud de la variable Fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022.

Prueba de hipótesis específica 3.**Hipótesis estadística.**

H₀ No existe relación entre el tiempo de entrega y las expectativas en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022.

H_a Existe relación entre el tiempo de entrega y las expectativas en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022.

Tabla 18*Prueba de hipótesis específica 3***Correlaciones**

		Correlaciones	
		Tiempo de entrega	Expectativa del servicio
Tiempo de entrega	Correlación de Spearman	1	,268
	Sig. (bilateral)		,186
	N	26	26
Expectativa del servicio	Correlación de Spearman	,268	1
	Sig. (bilateral)	,186	
	N	26	26

Nota. Según la tabla 18, se observa que el coeficiente de correlación rho de Spearman es de 0.268, es decir, existe una correlación positiva media. Sin embargo, el valor de la significación bilateral es de 0.186, el cual es superior a 0,05 requerido para validar la correlación entre la variable y la dimensión de análisis. Por ende, se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula.

En conclusión: No existe correlación entre la variable Tiempo de entrega y la dimensión Expectativa de la variable Fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022.

Prueba de hipótesis específica 4.**Hipótesis estadística.**

H_0 No existe relación entre el tiempo de entrega y las promesas en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022.

H_a Existe relación entre el tiempo de entrega y las promesas en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022.

Tabla 19*Prueba de hipótesis específica 4*

			Correlaciones	
			Tiempo de entrega	Promesa del servicio
Rho de Spearman	Tiempo de entrega	Coeficiente de correlación	1,000	,098
		Sig. (bilateral)	.	,632
		N	26	26
	Promesa del servicio	Coeficiente de correlación	,098	1,000
		Sig. (bilateral)	,632	.
		N	26	26

Nota. Según la tabla 19, se observa que el coeficiente de correlación rho de Spearman es de 0.098, es decir, existe una correlación positiva débil. Sin embargo, el valor de la significación bilateral es de 0.632, el cual es superior a 0,05 requerido para validar la correlación entre la variable y la dimensión de análisis. Por ende, se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula.

En conclusión: No existe correlación entre la variable Tiempo de entrega y la dimensión Promesa de la variable Fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de Autoespar, San Luis, 2022.

V. DISCUSIÓN

Para el desarrollo de esta investigación se tomó como objetivo general determinar la relación entre el tiempo de entrega y la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura en la empresa Autoespar, San Luis, 2022, logrando resultados estadísticos, que serán analizados de una muestra de 26 trabajadores. En la hipótesis general tomada se ofreció infligir la validez de los factores entre las variables tiempo de entrega y fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura en la empresa Autoespar, San Luis, 2022, la cual fue procesada mediante la correlación de Rho Spearman, teniendo como resultado una significancia bilateral de 0,58, motivo por el cual se decidió aceptar la hipótesis nula y rechazar la hipótesis alterna, así mismo se alcanzó un grado de 0.377, con respecto al coeficiente de correlación, lo cual indica que existe una correlación positiva baja entre los factores que provocan las variables tiempo de entrega y fiabilidad del servicio. Los resultados se soportan en base a los aportes teóricos Cuatrecasas (2010) el cual a través de los diferentes procesos de producción busca optimizar cada etapa poniendo al cliente como centro, buscando la satisfacción tanto en el servicio como en el tiempo tomado para realizarlo ya que al optimizar procesos se reduce el lead time establecido en un primer momento. Postura compartida por Altuna & Alva (2018) en su tesis tuvieron un resultado de coeficiente de correlación de Pearson de 0.834 demostrando que el tiempo de entrega es favorable en la satisfacción de los clientes, parte de los resultados también indican que un cliente satisfecho significa una buena gestión en todos los procesos de trabajo cumpliendo los tiempos establecidos en cada uno. Teniendo como teórico Heizer & Render (2044) refiere que el lead time o tiempo de entrega es el conjunto donde los tiempos intervienen entre recibir la orden, registros, procesos y entregas del producto o servicio. Por su parte Pacheco (2018) como parte de los resultados obtenidos al implementar el método de Six Sigma, al implementar cada metodología obtuvo como resultado que no todo método de control puede ayudar a cada rubro empresarial pero en el caso aplicado sí se logró reducir los tiempos designados a cada manufactura de producto, cumpliendo con los compromisos pactados con el cliente.

El teórico Velez (2014) sostiene que el lograr disminuir el tiempo transcurrido

entre el producto demandado y la entrega de este da como resultado un eficiente tiempo de entrega. Por otro lado, tenemos a Delgado & Olivo (2019) ante la investigación planteada sobre la reducción de tiempo de entrega en la gestión de almacenes, al presentar los resultados en general se llegó a reducir el proceso de entregas del producto que se había pactado con el cliente en un 58% menor al tiempo anterior a la implementación de la mejora. Bajo la idea teórica de Juran (1990) que orienta la mejora constante hacia una administración de calidad total corrigiendo la poca fiabilidad en los procesos de la organización, esto refuerza la tesis de Moreno & Ibarra (2017) el cual analizó sus datos mediante la correlación de Pearson igual a 0.522 <0.001 indicando que existe una correlación positiva en las variables presentadas, por su parte Yerren (2017) en su investigación muestra una correlación Rho de Spearman con un valor de 0.050 la cual califica como positiva baja teniendo un nivel de significancia de 0.0609 por lo cual la investigación acepta la hipótesis nula, rechazando la alterna presentado un resultado en el cual la organización frente a las variables estudiadas tienen bajo conocimiento de cómo llegar a ser fiables frente al cliente. Según el teórico Cottle (1991) expone a la fiabilidad como una cualidad de poder realizar el servicio de manera exitosa. Por su parte Ángeles & Huerta (2021) autores que analizaron sus datos mediante el estadígrafo de Shapiro Wilk, donde la media de la satisfacción al cliente antes (28.33) es menor a la productividad (75.80) aceptando la hipótesis alterna y rechazando la hipótesis nula, por consiguiente, obtuvo el resultado la buena influencia de la variable gestión sobre la satisfacción del cliente. Según el teórico Drucker (1990) expone que la fiabilidad es un nivel de desarrollo que debe tener la institución para ofrecer un servicio de manera certera. Por otro lado Alarcón (2017) quien tuvo como resultado mediante la correlación de Pearson un nivel significativo de 0.00 el cual es menor a 0.05, concluyendo que las variables estudiadas mejora continua influye de manera positiva a la variable percepción de calidad.

La primera hipótesis se propuso inferir si hay una relación entre el tiempo de entrega y la formalidad en la fiabilidad del servicio del área de planchada y pintura de Autoespar, San Luis, 2022. El cual obtuvo como resultado por medio del estadístico de Pearson, con una significancia bilateral de 0.27 lo que indica rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, con respecto al coeficiente de

correlación fue de 0.433 indicando un nivel de correlación positiva moderada entre la dimensión de formalidad en la fiabilidad del servicio y el tiempo de entrega, teniendo como resultado una relación positiva. Estos resultados llegan a ser sustentados con las definiciones de Tiepermann & Porporato (2021) quienes considera que mapear los flujos de producción en los procesos es una fortaleza de la organización para identificar puntos críticos así identificar y reducir los tiempos de entrega en base a los resultados alcanzados se reducir costos altos o actividades que no generan ganancias, así mejorar la percepción de fiabilidad en la empresa. Por su parte, Vera, Riera & Gil (2020), (2018) con el fin de encontrar la causa de una baja productividad aplicaron 3 pilares fundamentales en la organización, como optimizar espacios, procesos, ampliar cartera de clientes, dan como resultado una mejora en el lead time al momento de entregar el producto. Por otro lado, Bellodas (2020) tuvo como objetivo aplicar herramientas que le permitan reducir el tiempo de entrega de sus productos motivo por el cual realizó un balance de línea, con el balance en mención en un 49.15% el nivel de optimización. Por otro lado Avosani & Mayerle (2017) el llegar a disminuir el lead time la organización adquiere un importante diferencial competitivo, motivo por el cual la investigación identificó los factores que llegan a influir sobre el tiempo de entrega en los procesos identificando el análisis correlacional entre buenas y malas. Así saber la influencia de los factores encontrados. Por su parte, Torres, Mansano, Dos Santos, Passos & Riveiro (2016) en su investigación, plantean como objetivo analizar diversos procesos logísticos con el fin de aplicar la herramienta MTC con el fin de medir los niveles de desperdicios en cada proceso. Siguiendo con las investigaciones que plantean diversas herramientas de medición esta Bedoya, Pantoja & Paredes (2020) la cual presenta su investigación buscando obtener una mejora continua mediante el lead time motivo por el cual aplican el VSM (value stream mapping) esta cuenta con 5 fases que al haberlos aplicados, evidenciaron procesos innecesarios y espacios de producción perdidos. Por otra parte, Pacheco & Vallada (2018) también utilizaron una herramienta de medición, esta fue la DMAIC, la cual empezó definiendo el problema y posterior a ello se inició un proceso de control, resultando acorde a los procesos de la organización, reduciendo el tiempo de servicio de 1,15 días a 0,404 días.

La segunda hipótesis específica planteada propuso inferir si hay una relación entre el tiempo de entrega y la exactitud en la fiabilidad del servicio de área de planchado y pintura de Autoespar, San Luis, 2022, cuyo resultado obtenido mediante el estadígrafo de Pearson, con una significancia bilateral de 0.473 lo que indica que no existe relación entre las variables estudiadas que son tiempo de entrega y exactitud de servicio, aceptando la hipótesis nula. Estos resultados llegan a ser sustentados con las definiciones de Palacios, Félix & Ormaza (2016) presentado como objetivo evaluar, determinar tanto la calidad del servicio brindado como la satisfacción del cliente para ello el investigador optó por utilizar dimensiones de fiabilidad, seguridad, empatía, evaluando cada dimensión con encuesta y el grado de satisfacción frente a estas, en cada dimensión obtuvo resultados positivos. Por otro lado, Ramírez, Maguiña & Huerta (2020) el investigador, toma como objetivo medir la calidad y la influencia en la satisfacción y de cómo esta repercute en la lealtad de los clientes, el investigador obtuvo los siguientes coeficientes de satisfacción ($r^2=0.637$) y lealtad en ($r^2=0.510$). Por su parte, Izogo (2017) evalúa la influencia de las empresas en la lealtad del cliente a través de los conceptos garantía y confiabilidad, mediante bases de encuestas aplicados a un total de 138 usuarios, bases que posteriormente fueron medidas y analizadas, teniendo como resultado que la confiabilidad del servicio es el principal factor de la lealtad del cliente. Por otro lado Díaz, Muñoz & Alfonso (2021) analizó la confiabilidad del servicio teniendo como principal indicador la disponibilidad y la producción por periodos, midiendo los desplazamientos de procesos, teniendo como resultado un desaprovechamiento del espacio dentro de la empresa.

La tercera hipótesis específica planteada propuso inferir la existencia de una relación entre el tiempo de entrega y las expectativas en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022 cuyo resultado obtenido, por medio del estadígrafo Rho de Spearman, determinó una significancia de 0,268 y un valor de 0.186, rechazando la hipótesis alterna y aceptando la hipótesis nula, deduciendo que no existe relación entre el tiempo de entrega y las expectativas en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022. Por ello en la investigación de Pedraza, Verástegui,

González y Bernal (2018) donde tuvo como objetivo identificar los factores en la calidad de servicio desde la percepción del usuario, llegando a identificar la correlación débil positiva entre variables y concluyendo que, si bien existe relación entre las variables, esta es muy débil. Asimismo, de acuerdo con Chege (2021) en su artículo científico tiene como objetivo examinar la influencia de la confiabilidad del servicio en la satisfacción del cliente en la industria de seguros, donde su estudio se basó en la teoría del contraste de asimilación y empleo el diseño de investigación descriptiva. Se descubrió que la confiabilidad del servicio tiene una influencia estadísticamente significativa en la satisfacción del cliente; en suma, concluyó que, si bien existe relación entre las variables como la confiabilidad y la satisfacción del cliente, ésta no influyó significativamente en las variaciones de la satisfacción del cliente. También, como plantean Rajeev y Ashutosh (2018), y Tworek (2018), en sus artículos científicos donde mencionan en sus objetivos que buscan saber la importancia de la fiabilidad y satisfacción del servicio en el sector bancario y lácteo. Dando como resultados del estudio una baja correlación con la variable expectativas, por lo cual dándole mayor importancia a la relación calidad-precio, calidad del producto con confiabilidad del servicio y el producto. Sin embargo, los autores Mosquera, Patiño, Sánchez, Agudelo, Ospina & Bermúdez (2018) y Carrera, Vázquez & López (2018) cada uno en su respectivo trabajo científico realizaron estudios para medir las expectativas de la calidad del servicio mediante el método Servqual, entre ellas teniendo como dimensiones a la Confiabilidad, infraestructura, responsabilidad, servicio recibido, servicio esperado, elementos tangibles, tiempo de espera, capacidad de respuesta y empatía. Donde encontró relación significativa entre ellos, y teniendo entre los más altos índices de correlación a las dimensiones servicio esperado, tiempo de espera y capacidad de respuesta. Además, como expresan Cantú, Torres, Alcaraz y Banda (2018), en su artículo científico buscaron como objetivo conocer si existe correlación entre calidad, tiempo y costo en proyectos de desarrollo de software. En su investigación concluyeron que, si existe correlación entre variables y que ésta es directamente proporcional y positiva, lo cual indica que, a mayor calidad, el costo del proyecto incrementa, por ende, el tiempo de entrega es mayor. Sin embargo, algunas incrementan en mayor medida que otras: mientras se ofrece un mejor producto o

aumenta su calidad, asimismo aumenta el tiempo de entrega; se puede inferir que por métodos o procesos equívocos del proveedor; a su vez el aumento en el tiempo de entrega incrementa el costo del producto aunque en menor medida, lo que significa que este incremento no ha ocasionado la cancelación del proyecto; es sabido que la calidad del producto eleva el costo del mismo, en tal medida que a mayor calidad, mayor costo de fabricación. Por otro lado, Hernandez, Quintana, Mederos, Guedes & García (2009) evaluaron la calidad del servicio y como su influencia afecta a la satisfacción laboral utilizando un cuestionario dirigido a 120 trabajadores, tuvieron como objetivo identificar los diversos factores que afectan a la percepción de satisfacción, analizando los datos mediante la probabilidad del Alpha de Cronbach.

La cuarta hipótesis específica planteada propuso inferir la existencia de una relación entre el tiempo de entrega y las promesas en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022 cuyo resultado obtenido, por medio del estadígrafo Rho de Spearman, determinó una significancia de 0,098 y un valor de 0.632, rechazando la hipótesis alterna y aceptando la hipótesis nula, deduciendo que no existe relación entre el tiempo de entrega y las promesas en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022. Guarda relación la investigación de Izar, Ynzunza & Zermeño (2015), quienes concluyeron su investigación estableciendo que la variable tiempo de entrega es independiente en la correlación con la dimensión estudiada, y a su vez presentan una correlación baja. Así mismo, acrecienta la investigación el trabajo de Izar, Ynzunza & Guarneros (2016) en su artículo científico Variabilidad del lead time existencias de seguridad y costo del inventario, donde tuvieron el objetivo de analizar la consecuencia de la variabilidad de la demanda que el lead time tiene sobre los bienes de seguridad y el costo de artículos inventariables, contando con una distribución normal del lead time y el otro con distribución uniforme. Además, como señalan Izar, Ynzunza & Ramírez & Hernández (2016), en su estudio comparativo entre la media del tiempo de entrega y la varianza de la demanda en el costo del inventario. En tal estudio concluyeron que el tiempo de entrega no guarda relación con el costo del inventario, sino más

bien, el mantenimiento del inventario, el cual los definen el servicio de este. Así también, Preuss, Santini & Marconatto (2021), acrecienta el trabajo con su artículo científico donde tuvo como objetivo investigar la percepción de satisfacción organizacional y su impacto en el compromiso organizacional utilizando un estudio cuantitativo descriptivo; como resultado se obtuvo que en efecto el compromiso y promesas del servicio está ligado con una buena satisfacción de quejas o pedidos dentro del área. Sin embargo, Nesheli, Ceder & Brissaud (2017) en su trabajo científico Elementos de calidad del servicio de transporte público basados en tácticas operativas en tiempo real y Weiya, Hengpeng, Chunxiao & Xiaofan (2021) propusieron como objetivo en sus artículos científicos el mejoramiento de la fiabilidad y calidad del servicio y reducción del tiempo de espera percibido por los pasajeros en el transporte público; donde en ambas investigaciones si encontraron relación entre el tiempo de entrega y la fiabilidad del servicio, obteniendo datos reales mediante simulaciones, pruebas piloto y tácticas operativas en tiempo real centradas en el usuario, en las que obtuvieron resultados satisfactorios, donde la aplicación de tácticas adecuadas aumenta la fiabilidad del servicio, reduce el tiempo de espera, evita la pérdida de traslados y reduce las frustraciones de los usuarios. Asimismo, la investigación de Becerril, Gutiérrez & Hurtado (2018), donde sustentan que el tiempo de entrega elevado es producto de la falta de eficiencia de los trabajadores, igualmente contribuye a una reducción de los tiempos de entrega del servicio la simplificación de los procesos y optimización de los espacios para un mejor desarrollo del trabajo. Esto traerá consigo una reducción de costos y mejor aprovechamiento de espacios para el desarrollo de funciones específicas del proceso. Por tal motivo no se encontró relación con promesas ni nada relacionado con el proceso del servicio realizado en la empresa. Al mismo tiempo, como plantean Gerlach, Da Silva, Almeida Dos Santos, Amaral Adamy & Garlet (2017), donde afirman que la causa de la baja productividad es la distribución de maquinaria en las áreas de la empresa, trayendo consigo un ineficiente desarrollo del proceso de producción, elevando el tiempo de demora para la entrega de los productos. En la investigación científica que desarrollaron los autores plantean y elaboran un layout para aplicar la filosofía de las 9's, en donde plantearon un mayor espacio para las máquinas de producción, esto genera una mayor optimización de la producción

y sugirieron la ampliación de la cartera de clientes. El resultado fue la reducción en los tiempos de entrega.

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados presentados en esta investigación se obtuvieron las siguientes conclusiones:

Primera: Conforme a los resultados obtenidos del 100% (26 encuestados) el 46,20% (12 encuestados) manifestó que el tiempo de entrega afecta de manera deficiente al área de planchado y pintura en la empresa Autoespar S.A. Sin embargo, el 38.50% (10 encuestados) manifestó que el tiempo de entrega afecta de manera regular al área de planchado y pintura. Así también, el 15,40% (4 encuestados) manifestó que el tiempo de entrega afecta de manera eficiente al área de planchado y pintura. Igualmente, de los 26 encuestados, es decir del 100%, el 65.40% (17 encuestados) manifestó que la fiabilidad del servicio afecta de manera media al área de estudiada, además, el 30.80% (8 encuestados) expresó que la fiabilidad afecta de manera alta al área de planchado y pintura. También se puede evidenciar que el 3.80% (1 encuestados) manifestó que la fiabilidad afecta de manera baja al área de planchado y pintura. Asimismo, el análisis inferencial mediante el estadígrafo Rho Spearman reveló que el coeficiente de correlación es de 0.377, es decir, existe una correlación positiva media. Sin embargo, el valor de la significación bilateral es de 0.058, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la alterna. No existe correlación entre la variable Tiempo de entrega y la variable Fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022. Concluyendo que los resultados de relación por el coeficiente de correlación de Spearman indicaron que existe una relación directa media entre las variables ya que a mayor deficiencia en la variable tiempo de entrega genera un mayor efecto negativo en la variable fiabilidad del servicio; Sin embargo, no hay evidencia o registro de un control de tiempos por procesos, desde el ingreso de la unidad hasta la entrega al cliente, que pueda medir el tiempo en cada en proceso.

Segunda: Conforme a los resultados de la dimensión de estudio formalidad del servicio, de los 26 encuestados, es decir del 100%, el 80.80% (21 encuestados) manifestó que la formalidad del servicio afecta de manera media al área de planchado y pintura, además, el 11,50% (3 encuestados) expresó que la formalidad del servicio afecta de manera alta al área de planchado y pintura. También se puede evidenciar que el 7,70% (2 encuestados) manifestó que la formalidad del servicio afecta de manera baja al área de planchado y pintura. Asimismo, el análisis inferencial mediante el estadígrafo Rho Spearman reveló que el coeficiente de correlación es de 0.433, es decir, existe una correlación positiva media. Sin embargo, el valor de la significación bilateral es de 0.027, lo que valida la correlación entre ambas variables. Por ende, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la nula, sí existe correlación entre la variable Tiempo de entrega y la dimensión Formalidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022. Concluyendo que los resultados obtenidos mediante la correlación de Spearman muestran una correlación directa entre la dimensión formalidad del servicio y la variable tiempo de entrega, es decir, que a mayor eficiencia del tiempo de entrega del servicio mejor será la percepción de la formalidad de la empresa; Ahora bien, la empresa no proyecta la seriedad adecuada en sus procesos, se desconoce el desenvolvimiento de los colaboradores frente a sus obligaciones, no se evidencia una mejora continua frente a los procesos realizados.

Tercera: Conforme a los resultados de la dimensión de estudio exactitud del servicio, de los 26 encuestados, es decir del 100%, el 53.80% (14 encuestados) manifestó que la exactitud del servicio afecta de manera media al área de planchado y pintura, además, el 42,30% (11 encuestados) expresó que la exactitud del servicio afecta de manera alta al área de planchado y pintura. También se puede evidenciar que el 3,80% (1 encuestado) manifestó que la exactitud del servicio afecta de manera baja al área de planchado y pintura. Asimismo, el análisis inferencial mediante el estadígrafo Rho Spearman reveló que el coeficiente de correlación es de 0.147, es decir,

existe una correlación positiva media. Sin embargo, el valor de la significación bilateral es de 0.473, Por ende, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la alterna. En suma, no existe correlación entre la variable Tiempo de entrega y la dimensión exactitud del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022. Concluyendo que los resultados por el coeficiente de correlación de Spearman indicaron que a mayor deficiencia en la exactitud del servicio representa un efecto negativo en el tiempo de entrega del área de planchado y pintura; Aún así, no existe un proceso que verifique el trabajo concluido y supervise cada proceso con la calidad requerida.

Cuarta: Conforme a los resultados de la dimensión de estudio expectativas del servicio, de los 26 encuestados, es decir del 100%, el 23.10% (6 encuestados) manifestó que las expectativas del servicio afectan de manera media al área de planchado y pintura, además, el 11,50% (3 encuestados) expresó que las expectativas del servicio afectan de manera alta al área de planchado y pintura. También se puede evidenciar que el 65.40% (17 encuestado) manifestó que la expectativa del servicio afecta de manera baja al área de planchado y pintura. Asimismo, el análisis inferencial mediante el estadígrafo Rho Spearman reveló que el coeficiente de correlación es de 0.268, es decir, existe una correlación positiva media; Sin embargo, el valor de la significación bilateral es de 0.186, Por ende, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la alterna. No existe correlación entre la variable Tiempo de entrega y la dimensión expectativa del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022. Concluyendo que los resultados por el coeficiente de correlación de Spearman indicaron que mayor deficiencia en el tiempo de entrega representa un efecto negativo en la expectativa del servicio en el área estudiada, por tal motivo la experiencia del usuario frente al servicio debe cumplir con lo anhelado para ello todo equipo de trabajo de mecánica, pintura, planchado, deben funcionar al 100% de su capacidad.

Quinta: Conforme a los resultados de la dimensión de estudio promesa del servicio, de los 26 encuestados, es decir del 100%, el 7.70% (2 encuestados) manifestó que las promesas del servicio afectan de manera media al área de planchado y pintura, el 88,50% (23 encuestados) expresó que las promesas del servicio afectan de manera alta al área de planchado y pintura. También se puede evidenciar que el 3.80% (1 encuestado) manifestó que la promesa del servicio afecta de manera baja al área de planchado y pintura. Asimismo, el análisis inferencial mediante el estadígrafo Rho Spearman reveló que el coeficiente de correlación es de 0.098, es decir, existe una correlación positiva media; Sin embargo, el valor de la significación bilateral es de 0.632, Por ende, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la alterna. En suma, no existe correlación entre la variable Tiempo de entrega y la dimensión promesa del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022. Concluyendo que los resultados por el coeficiente de correlación de Spearman indicaron que mayor deficiencia en el tiempo de entrega representa un efecto negativo en la promesa del servicio del área estudiada. Así mismo, la encuesta de satisfacción al cliente de los últimos 03 meses (Marzo, Abril, Mayo) realizados por la empresa Autoespar corrobora un aumento en la insatisfacción de estos, motivo por el cual se evidenció una falta de estrategias que puedan ayudar a la empresa a diferenciar los servicios brindados frente a la competencia.

VII. RECOMENDACIONES

Al gerente de la empresa del área de planchado y pintura de la empresa Autoespar se le sugiere:

Primera: Tomar en cuenta que un incremento del tiempo de entrega afecta de manera directa a la fiabilidad del servicio, por ello, proponemos crear una herramienta de registro de tiempos desde la recepción de la unidad, esta sería un tablero de control de tiempos el cual medirá los indicadores de tiempo por proceso y permitirá visualizar en tiempo real cada proceso por el que pasa la unidad hasta la entrega al cliente.

Segunda: Ya que no se ha realizado un diagnóstico, se recomienda utilizar una evaluación 360° para medir el desempeño de los trabajadores tanto en la oficina como en el taller de planchado y pintura, de esta forma obtendremos información de cada uno de ellos y podremos detectar las áreas de oportunidad de mejora. Y así fomentar la formación de equipos de trabajo más completos y cohesionados, a los cuales se propone brindar retroalimentación constante por medio de capacitaciones dadas 2 veces al mes (2hr) resultados positivos que se verán reflejados en la evaluación 360°.

Tercera: Ya que los trabajadores reconocen la importancia de la exactitud de servicio y son conscientes de la deficiencia en esta dimensión al tener conocimiento de las observaciones presentadas por los trabajos de planchado, pintura o mecánica, recomendamos aplicar el formato de control de calidad que según las políticas internas de la empresa debería ponerse en práctica. Del mismo modo se recomienda la contratación de un personal calificado que lleve la realización de dicho proceso.

Cuarta: Parte de la gestión operativa es cubrir las expectativas que tienen los clientes sobre el tiempo de entrega del vehículo, por ello proponemos un plan de mantenimientos preventivos, los cuales optimizan la producción, ya que la empresa solo cuenta con mantenimientos correctivos estos se realizan cuando el problema se presenta, por ello se recomienda a la empresa armar un plan de mantenimientos preventivos a todos los equipos utilizados en cada proceso de servicio. Lo cual mantendría óptimo los equipos necesarios (Horno de pintura, elevadores, lámparas de secado, mesa de alineamiento) para que el trabajador cumpla lo solicitado en el tiempo requerido llegando a cumplir las expectativas del cliente.

Quinta: Ya que se realizan las encuestas de insatisfacción al cliente, los resultados arrojados de esta encuesta muestran que la insatisfacción ha aumentado los últimos meses y los resultados en porcentaje de la investigación coinciden que el compromiso de entrega afecta al área estudiada. Por ende recomendamos realizar estrategias de diferenciación por precios en los servicios, las cuales son realizar una campaña de descuento (20%) sobre la mano de obra a unidades que ingresen por servicios, ya que el flujo de ingreso en esta área es constante y se trata de clientes en su mayoría nuevos, por otro lado se recomienda para unidades que ingresan por compañías de seguro o particulares crear una campaña de vales de descuento en el pago de franquicia para retener al cliente.

REFERENCIAS

- Alarcón, J. (2017). *Modelo de mejora continua basado en procesos y su impacto en la calidad de los servicios que perciben los clientes de la empresa de servicios ServiFreno de la ciudad de Quito – Ecuador*. [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].
<http://industrial.unmsm.edu.pe/UPG/archivos/TESIS2018/DOCTORADO/tesis11.pdf>
- Alonso, S. (2013). *Coaching dialógico*. Editorial empresarial S.L.
https://books.google.com.pe/books?id=pgwFEAAQBAJ&pg=PT71&dq=alonso+2013+anhelo+del+cliente&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwipmcbC_4j4AhX-ALkGHdauDqoQ6AF6BAgJEAI#v=onepage&q&f=false
- Altuna, L., & Alva, I. (2018) *“Lead time” y su influencia en el nivel de servicio de las empresas de servicio de entrega rápida para las importaciones de Estados Unidos* [Tesis Pregrado, Universidad Peruana de ciencias aplicadas]
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623786/ALTUNA_CL.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Amoletto, E. (2000). *Administración de la producción como ventaja competitiva*.S Editorial.
<https://books.google.com.pe/books?id=ldnOKZ0bF2cC&pg=PA57&dq=PLAZO+DE+ENTREGA+EN+ADMINISTRACION&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiHngF2pPzAhWeH7kGHf4qDbAQ6AF6BAgJEAI#v=onepage&q=PLAZO%20DE%20ENTREGA%20EN%20ADMINISTRACION%93N&f=false>
- Anaya, J. (2007) *Innovación y mejora de procesos logísticos: Análisis, diagnóstico e implantación de sistemas logísticos*. Editorial Esic.
<https://books.google.com.pe/books?id=rfOkQFjcoQC&pg=PA89&dq=que+es+fecha+prometida+de+entrega&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjo2Z2m84T0AhWUq5UCHejUCF8Q6AF6BAgKEAI#v=onepage&q=que%20es%20fecha%20prometida%20de%20entrega&f=false>

- Andrade, J. (2019). *Reducción de tiempo de entrega de materiales a líneas de producción*. Tesis de Licenciatura, Instituto tecnológico del sur de Guanajuato. <https://rinacional.tecnm.mx/bitstream/TecNM/1122/1/007203DOC1.pdf>
- Ángeles, P. & Huerta, V. (2021). *Aplicación de gestión por procesos en la empresa Servicios Generales Pardo E.I.R.L, para INCREMENTAR la satisfacción del cliente, Chimbote 2021*. [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_5fd7d6c372ec75be9f97787f1e0a95a4
- Anum, W. (2017). Impact of Service Quality on Customers Loyalty: A Study of Islamic Banks Customers. *Business Source Complete*. <https://eds.s.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=15&sid=235cbd6f-5bdb-49ed80906c5afb122958%40redis&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#A N=130384030&db=bth>
- Bernal-González, Idolina, & Lavín-Verástegui, Jesús, & Pedraza-Melo, Norma Angélica, & González-Tapia, Anahí (2014). Factores determinantes en la calidad del servicio sanitario en México: Caso ABC. *Entramado*, 10(2), 76-89. [fecha de Consulta 27 de Junio de 2022]. ISSN: 1900-3803. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265433711006>
- Buzón, Q. (2019). *OPERACIONES Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN*. Editorial Elearning. <https://books.google.com.pe/books?id=q3XIDwAAQBAJ&pg=PA12&dq=Se+entiende+como+producci%C3%B3n+a+los+diferentes+procesos,+tecnicas+y+estrategias,+aplicadas+de+forma+sistemica&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjW5LeUtZPzAhUnGLkGHdQLAEYQ6AF6BAgLEAI#v=onepage&q=Se%20entiende%20como%20producci%C3%B3n%20a%20los%20diferentes%20procesos%2C%20tecnicas%20y%20estrategias%2C%20aplicadas%20de%20forma%20sistemica&f=false>

- Callejas, A. (2019). Propuesta para fortalecer el sistema de gestión de la calidad organizacional en una entidad financiera del sector público colombiano. *SIGNOS - Investigación En Sistemas De gestión*, 11(1), 117-130. <https://doi.org/10.15332/s2145-1389.2019.0001.07>
- Carrera, F., Vásquez, L., & De Lourdes López Cruz, M. (2018). Aplicación Del Modelo Servqual Como Instrumento De Medida De La Calidad Del Servicio en La Empresa Automotriz. *Revista Ciencia Administrativa*, 4–17.
- Cantú-Mata, J. L., Torres-Castillo, F., Alcaraz-Corona, S., & Banda-Muñoz, F. (2018). CALIDAD, TIEMPO Y COSTO EN PROYECTOS DE DESARROLLO DE SOFTWARE. *Interciencia*, 43(10), 707-710. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/calidad-tiempo-y-costo-en-proyectos-de-desarrollo/docview/2123608860/se-2?accountid=37408>
- Cegarra (2012). Los métodos de investigación. *Ediciones Diaz de Santos*. https://books.google.com.pe/books?id=YROO_q6-wzqC&printsec=frontcover&dq=sanchez+2012+metodo+hipotetico+deductivo&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwjwhuD_r9v3AhXAGLkGHbK9CeMQ6AF6BAqJEAl#v=onepage&q=sanchez%202012%20metodo%20hipotetico%20deductivo&f=false
- Chapman, S. (2006) Planificación y control de la producción. *Editorial Pearson*. <https://books.google.com.pe/books?id=ceHEMOttnh4C&pg=PA170&dq=TIEMPO+DE+ESPERA+EN+PRODUCCI%C3%93N&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiMqbis54T0AhUUqZUCHfDXClwQ6AF6BAqEEAl#v=onepage&q=TIEMPO%20DE%20ESPERA%20EN%20PRODUCCI%C3%93N&f=false>
- Chege, C. N. (2021). Examining the influence of service reliability on customer satisfaction in the insurance industry in kenya. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 10(1), 259-265. [doi:https://doi.org/10.20525/ijrbs.vlGH.1025](https://doi.org/10.20525/ijrbs.vlGH.1025)
- Chen W, Zhang H, Chen C, Wei X. An Integrated Bus Holding and Speed Adjusting Strategy Considering Passenger's Waiting Time Perceptions. *Sustainability*. 2021; 13(10):5529. <https://doi.org/10.3390/su13105529>

- Córdoba, M. (2010). Valor de la empresa. *Editorial Uryco Ltda.*
https://books.google.com.pe/books?id=UyWjDwAAQBAJ&pg=PA107&dq=%22compromiso+de+la+empresa%22&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwj_oSa8oD0AhXrkWoFHemZAvQQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=%22compromiso%20de%20la%20empresa%22&f=false
- Cottle, D. (1991). El servicio centrado en el cliente. *Ediciones Diaz de Santos, S.A.*
https://books.google.com.pe/books?id=o37JeJi0-goC&printsec=frontcover&dq=Cottle,+D,+1991&hl=qu&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Cottle%2C%20D%2C%201991&f=false
- Dávila, L. (2019) en su investigación *Propuesta de mejora en la gestión de abastecimiento y comercialización de la empresa Leaders in Import S.A.C.* [Tesis Pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625501/D%203%20a1vilaD_L.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Delgado, C., & Olivo, E. (2019) en su investigación, *reducción de tiempo de entrega de productos terminados basado en la implementación de mejora en la gestión de abastecimiento en una empresa fabricante de productos plásticos* [Tesis Pregrado, Universidad Ricardo Palma]
https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/3087/IND-T030_47946047_T%20%20%20DELGADO%20D%20c3%208dAZ%20CIOMARA%20EMMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Díaz, V. (2012). Administración de personal y liquidación de nómina. *Grupo Editorial Ibáñez.*
<https://books.google.com.pe/books?id=kKxYEAAAQBAJ&pg=PA433&dq=Diaz+2012+formalidad+de+la+empresa&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwikhq42Ib4AhW9FLkGHWnNBc4MhDoAXoECACQAg#v=onepage&q=Diaz%202012%20formalidad%20de%20la%20empresa&f=false>

Díaz-Concepción, Armando, Muñoz-González, Edisbel, Alfonso-Álvarez, Alexander, González- González, Aleida, López-Martínez, Igor, & Rodríguez-Soto, Ángel Alexander. (2021). Análisis de la confiabilidad de procesos en una empresa biofarmacéutica. *Ingeniería Mecánica*, 24(2), 12-18. Epub 16 de noviembre de 2021. Recuperado en 28 de junio de 2022, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59442021000200012&lng=es&tlng=es.

Drucker, P. (1990). *Gestión de la organización sin fines de lucro: prácticas y principios*. Editorial Nueva York: Harper Collins.

[https://books.google.com.pe/books?id=Ugv2uojU3D0C&pg=PA57&dq=Drucker,+P.+&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwirprGJnM70AhVWK7kGHQbAtUQ6AF6BAgDEAI#v=onepage&q=Drucker%2C%20P.%20\(1990\).&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=Ugv2uojU3D0C&pg=PA57&dq=Drucker,+P.+&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwirprGJnM70AhVWK7kGHQbAtUQ6AF6BAgDEAI#v=onepage&q=Drucker%2C%20P.%20(1990).&f=false)

Estévez, J. & Pérez, M. (2007). *Sistema de indicadores para el diagnóstico y seguimiento de la educación superior en México*. Editorial ANUIES

<https://books.google.com.pe/books?id=tubgwrgX4ZkC&pg=PA59&dq=alfa+de+cronbach&hl=qu&sa=X&ved=2ahUKEwjKtvG0n8L0AhVRIWoFHfYdC8Q6AF6BAgEEAI#v=onepage&q=alfa%20de%20cronbach&f=false>

Fernandez, J. (2014). *Optimización de la cadena logística*. Editorial CEP S.L.

https://books.google.com.pe/books?id=mOpCDwAAQBAJ&pg=PA30&dq=%22expectativ as+del+servicio%22&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiLk7CLj_7zAhUyTjABHdMTCPQQ6AF6BAgJEAI#v=onepage&q=%22expectativas%20del%20servicio%22&f=false

Fernandez, R. (2018). *Construyendo Xperiencias: Customer, Experience, la clave para generar rentabilidad y diferenciación*. Editorial XPRESSA

https://books.google.com.pe/books?id=9O8sEAAAQBAJ&pg=PA82&dq=%22ventaja+diferenciadora%22&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjn84WY9ID0AhVJkmoFHbRoA_YQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=%22ventaja%20diferenciadora%22&f=false

Fullana, C. & Paredes, J. (2008). *Manual de contabilidad de costes*. Editorial Delta.

<https://books.google.com.pe/books?id=I9F83xQv4-AC&pg=PA46&dq=%22PROCESO+PRODUCTIVO%22&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiR2KTT3zAhVka9QKHSRcA40Q6AF6BAgJEA#v=onepage&q=%22PROCESO%20PRODUCTIVO%22&f=false>

Galeano, M. (2004). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Editorial Universidad EAFIT.

<https://books.google.com.pe/books?id=Xkb78OSRMI8C&printsec=frontcover&dq=galeano+2004+enfoque+cuantitativo&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjg8Crsv3AhVVA7kGHbkdDeMQ6AF6BAgJEA#v=onepage&q=galeano%202004%20enfoque%20cuantitativo&f=false>

Gómez, F. (1998). *Tecnología del mantenimiento industrial*. Editorial Universidad de Murcia.

[https://books.google.com.pe/books?id=bOrFC3532MEC&pg=PA68&dq=G%C3%B3mez+\(1998\)+Todos+aquellos+no+invertidos+directamente+en+la+reparaci%C3%B3n,+como+son:+paros+de+trabajo,+tareas+burocr%C3%A1ticas,+y+tiempo+de+espera+por+ausencia+de+personal,+por+falta+de+los+%C3%BAtiles+o+herramientas+o+por+carecer+de+los+recambios+necesarios.&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwj9lle61ZPzAhVtHrkGHexVAYsQuwV6BAgMEAc#v=onepage&q=G%C3%B3mez%20\(1998\)%20Todos%20aquellos%20no%20invertidos%20directamente%20en%20la%20reparaci%C3%B3n%2C](https://books.google.com.pe/books?id=bOrFC3532MEC&pg=PA68&dq=G%C3%B3mez+(1998)+Todos+aquellos+no+invertidos+directamente+en+la+reparaci%C3%B3n,+como+son:+paros+de+trabajo,+tareas+burocr%C3%A1ticas,+y+tiempo+de+espera+por+ausencia+de+personal,+por+falta+de+los+%C3%BAtiles+o+herramientas+o+por+carecer+de+los+recambios+necesarios.&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwj9lle61ZPzAhVtHrkGHexVAYsQuwV6BAgMEAc#v=onepage&q=G%C3%B3mez%20(1998)%20Todos%20aquellos%20no%20invertidos%20directamente%20en%20la%20reparaci%C3%B3n%2C)

Gonzales, A. & Prieto, D. (2015). *Manual de publicidad*. Editorial ESIC.

https://books.google.com.pe/books?id=V0AyCgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=%22publicidad%22&hl=es419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=%22publicidad%22&f=false

Hargreaves, A. (1996). *Profesorado, cultura y postmodernidad*. Ediciones Morata, S.

https://books.google.com.pe/books?id=BzLUossL1aMC&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Andy+Hargreaves%22&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=profesionalismo&f=false

Heizer, H. & Render, B. (2009). Principios de administración de operaciones. *Editorial Pearson Educación*.

<https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/47cb70cab6ec78aa65b34e6c70ce8822.pdf>

Hernández Junco, Varna, Quintana Tápanes, Lázaro, Mederos Torres, Reynaldo, Guedes Díaz, Ramiro, & García Gutiérrez, Benita Nancy. (2009). Motivation, satisfaction at work, leadership and their relation with the service quality. *Revista Cubana de Medicina Militar*, 38(1) Retrieved June 28, 2022, from http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0138-65572009000100007&lng=en&tlng=en.

Hrenbiniak, L. (2007). *Asegúrese Que La Estrategia funcione*. Editorial Norma. <https://books.google.com.pe/books?id=YbTQPpS8OZYC&hl=es>
<https://eds.s.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=1&sid=9968f11a-9249-447abe56ae8b1c855ad3%40redis&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRI#AN=149268660&db=bth>

Izar Landeta, Juan Manuel, Ynzunza Cortés, Carmen Berenice, & Zermeño Pérez, Enrique. (2015). Cálculo del punto de reorden cuando el tiempo de entrega y la demanda están correlacionados. *Contaduría y administración*, 60(4), 864-873. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.07.003>

Izar-Landeta, Juan Manuel, Ynzunza-Cortés, Carmen Berenice, Castillo-Ramírez, Arturo, & Hernández-Molinar, Raúl. (2016). Estudio comparativo del impacto de la media y varianza del tiempo de entrega y de la demanda en el costo del inventario. *Ingeniería, investigación y tecnología*, 17(3), 371-381. Recuperado en 28 de junio de 2022, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-77432016000300371&lng=es&tlng=es.

- Izogo, E. E. (2017). Customer loyalty in telecom service sector: The role of service quality and customer commitment. *TQM Journal*, 29(1), 19-36. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/customer-loyalty-telecom-service-sector-role/docview/1855766273/se-2?accountid=37408>
- Jiménez, M. (2017). *reducción de tiempo de entrega en el proceso productivo de una metalmecánica*. Tesis de Licenciatura. Universidad San Ignacio de Loyola. [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2779/1/2017_Jimenez_Reducc ion-de-tiempo-de-entrega.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2779/1/2017_Jimenez_Reducc%20ion-de-tiempo-de-entrega.pdf)
- Kumar, R., & Mohan, A. (2018). Factors leading to customer satisfaction in dairy industry: A study in indian perspective. *International Journal on Customer Relations*, 6(1), 21-30. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/factors-leading-customer-satisfaction-dairy/docview/2024117500/se-2?accountid=37408>
- Lizazaro, J. (1996) *Las bolsas de productos: El mercado de físicos, los contratos de contado y a término*. Sn Editorial. <https://books.google.com.pe/books?id=afsqAAAAYAAJ&pg=PA11&dq=entregar+producto+en+el+lugar+acordado&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi8nZTyr4X0AhUuppUCHVXkCm44FBD0AXoECAUQAq#v=onepage&q=entregar%20producto%20en%20el%20lugar%20acordado&f=false>
- Maqueda, J. & Llaguno, J. (1995). *Marketing estratégico para empresas de servicios*. Ediciones Diaz de Santos, S.A. https://books.google.com.pe/books?id=w_ULBtVKf64C&pg=PA400&dq=%22fiabilidad+del+servicio%22&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiM8YLY1P3zAhVfqpUCHTPlABkQ6AF6BAglEAI#v=onepage&q=%22fiabilidad%20del%20servicio%22&f=false
- Martinez, A. (2014). *Gestión por procesos de negocio: Organización horizontal*. Editorial Ecobook. <https://books.google.com.pe/books?id=iLrxAwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Martínez, T. (2008). La estructura y naturaleza del capital social en las aglomeraciones territoriales de empresas

<https://books.google.com.pe/books?id=EfaiWXptOxEC&pg=PA73&dq=alfa+d+e+cronbach&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwils5f4iML0AhUICrkGHfvdDlkQ6AF6BAgCEAI#v=onepage&q=alfa%20de%20cronbach&f=false>

Mello, L. T. C. de, Dornfeld, H. C. M., Santos, G. G. dos, Passos, D., Ribeiro, R., & Godinho Filho, M. (2016). Análise do lead time nos processos logísticos de uma rede varejista de flores. *Revista Produção Online*, 16(4), 1237–1261.

<https://doi.org/10.14488/1676-1901.v16i4.2253>

Moreno, Z. & Ibarra, L. (2017). *Fiabilidad y validez de la escala de felicidad de Lima en trabajadores de empresas de servicios*. [Artículo]. *Desarrollo gerencial*, Volumen(9)

<https://web.s.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=3&sid=61d50541-1751433492b6b13394ac10ef%40redis&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZI#AN=125534720&db=bth>

Moriña, D. Utzet, M. Nedel, F. Martín, M. & Navarro, A. (2016). Introducción a la estadística para ciencias de la salud con R-Commander. España

https://books.google.com.pe/books?id=y_IPDQAAQBAJ&pg=PA66&dq=Cuando+usar+kolmogorov+o+shapiro+wilk&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwig_qCk2er4AhXKkpUCHbNIBSUQ6AF6BAgCEAM#v=onepage&q=Cuando%20usar%20kolmogorov%20o%20shapiro%20wilk&f=false

Mosquera-González, D., Patiño-Toro, O. N., Sánchez-Díez, D. M., Agudelo-Cardona, J. F., Ospina-Mazo, D. M., & Bermúdez-Bedoya, J. F. (2019). Factores asociados a la calidad en el servicio en Centros de Acondicionamiento Físico a partir del modelo SERVQUAL. *Revista CEA*, 5(9), 13-32.

<https://doi.org/10.22430/24223182.1253>

- Namakforoosh, Mohammad (2005). Metodología de la investigación. Editorial LIMUSA, S.A de C.V. <https://books.google.com.pe/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&pg=PA44&dq=investigaci%C3%B3n+aplicada&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiTwp3Bttv3AhXvA7kGHSqrCuMQ6AF6BAgCEAl#v=onepage&q=investigaci%C3%B3n%20aplicada&f=false>
- Neira, A. (2003). *Sistemas de incentivos a la producción*. Editorial Fundación Confemental. <https://books.google.com.pe/books?id=1SsMSx1yxbAC&pg=PA135&dq=paro+de+producci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi3vfLXwoT0AhVRpZUCHRRAe44ChDoAXoECAYQAg#v=onepage&q=paro%20de%20producci%C3%B3n&f=false>
- Nesheli, M.M., Ceder, A.(. & Brissaud, R. Public transport service-quality elements based on real-time operational tactics. *Transportation* 44, 957–975 (2017). <https://doi.org/10.1007/s11116-016-9688-4>
- Ospino, J. (2004). Metodologías de la investigación en ciencias de la salud. Editorial Universidad cooperativa de Colombia EDUCC. <https://books.google.com.pe/books?id=Z0kx76jf88wC&pg=PA169&dq=confiabilidad+pruebas+piloto&hl=qu&sa=X&ved=2ahUKEwiMnLyZmsL0AhX1m2oFHUjTBIQQ6AF6BAqIEAl#v=onepage&q=confiabilidad&f=false>
- Pacheco, V. (2018) en su investigación *implementación de un modelo de mejora para optimizar el tiempo de entrega de los productos “alto de basta” y “alto de camisa” en el proceso confección, arreglo y modificación, mediante la aplicación de las 8 disciplinas. caso: symp – sastrería*. [Tesis para optar al grado de Magíster, Pontificia Universidad Católica del Ecuador] <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/14869>
- Peeters, R. & Nieto, F. (2020). *La máquina de la desigualdad: Una exploración de los costos y las causas de las burocracias de baja confianza*. Editorial Cide. <https://books.google.com.pe/books?id=6lfpDwAAQBAJ&pg=PT61&dq=trabajo+burocratico&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiGlbv22oT0AhXIs5UCHam>

[CBVv4MhDoAXoECAkQAg#v=onepage&q=trabajo%20burocratico&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=2ibhVMNE_EgC&printsec=frontcover&dq=perez+1994+compromiso+con+la+empresa&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=perez%201994%20compromiso%20con%20la%20empresa&f=false)

Perez, J. (1994). *Gestión de la calidad empresarial. Calidad en los servicios y atención al cliente-Calidad Total*. Editorial ESIC.

https://books.google.com.pe/books?id=2ibhVMNE_EgC&printsec=frontcover&dq=perez+1994+compromiso+con+la+empresa&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=perez%201994%20compromiso%20con%20la%20empresa&f=false

Rey, F. (2003). *En busca de la eficacia del sistema de producción*. Editorial FC.

https://books.google.com.pe/books?op=lookup&id=wokFgDWQRCUC&continue=https://books.google.com.pe/books%3Fid%3DwokFgDWQRCUC%26pg%3DPA126%26hl%3Des%26source%3Dgbs_selected_pages&hl=es

Sanchez, P. (2012). *Cómo vender satisfacción (comunicación y atención al cliente)*.

Editorial EDITEX. https://books.google.com.pe/books?id=p-z2AwAAQBAJ&printsec=copyright&source=gbs_pub_info_r#v=onepage&q&f=false

Sarache, W. & Morales, W. (2016) *Localización, transporte e inventarios: Tres decisiones estructurales en el diseño de cadenas de abastecimiento*. Editorial

Universidad nacional de Colombia.

<https://books.google.com.pe/books?id=uTSrDwAAQBAJ&pg=PT31&dq=cantidad+prometida+al+cliente&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj1qI0KuIX0AhXuqZUCHStDCoIQ6AF6BAgJEAl#v=onepage&q=cantidad%20prometida%20al%20cliente&f=false>

Setó, D. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. Editorial ESIC.

[https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMjoBcC&pg=PA49&dq=Zeithaml,+AND.+Parasuraman,+A.+y+Berry,+LL.+\(1988\)&hl=qu&sa=X&ved=2ahUKEwiK8OKnwl_0AhX6RjABHf-gB6wQ6AF6BAgKEAl#v=onepage&q=Zeithaml%2C%20AND.%20Parasuraman%2C%20A.%20y%20Berry%2C%20LL.%20\(1988\)&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMjoBcC&pg=PA49&dq=Zeithaml,+AND.+Parasuraman,+A.+y+Berry,+LL.+(1988)&hl=qu&sa=X&ved=2ahUKEwiK8OKnwl_0AhX6RjABHf-gB6wQ6AF6BAgKEAl#v=onepage&q=Zeithaml%2C%20AND.%20Parasuraman%2C%20A.%20y%20Berry%2C%20LL.%20(1988)&f=false)

Suárez, M. (2007). El Kaizen: La filosofía de mejora continua e innovación incremental detrás de la administración por calidad total. Panorama editorial.

https://books.google.com.pe/books?id=I3FXNs-q_CYC&pg=PA66&dq=trilogia+juran&hl=qu&sa=X&ved=2ahUKEwjkjY_qhML0AhV3QzABHY18CVoQ6AF6BAgDEAI#v=onepage&q=trilogia%20juran&f=false

Uribe, M. (2017). Gerencia del servicio, alternativa para la competitividad. *Editorial ediciones de la U.*

<https://books.google.com.pe/books?id=2TOjDwAAQBAJ&pg=PA129&dq=%22la+promesa+de+servicio%22&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwii3NCqmP7zAhVWRzABHbSyAzoQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=%22la%20promesa%20de%20servicio%22&f=false>

Valdez, V. (2019) en su trabajo de investigación titulado *Estandarización de tiempos y reducción del Lead Time en una empresa del sector eléctrico “Fundación Lantegi BatuakTaller Abadiño”* [Trabajo de investigación Ingeniero de organización Industrial, Universidad del País Vasco, España]

<https://core.ac.uk/download/pdf/326224964.pdf>

Vargas, M & Aldana, L. (2014). Calidad y servicio. Conceptos y herramientas.

Ediciones ECOE.

https://books.google.com.pe/books?id=p930DwAAQBAJ&pg=PT77&dq=CONCEPTO+DE+FORMALIDAD+DEL+SERVICIO&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiH6dCch_7zAhXBRzABHX1DAXoQ6AF6BAgHEAI#v=onepage&q=CONCEPTO%20DE%20FORMALIDAD%20DEL%20SERVICIO&f=false

Varo, J. (1994). Gestión estratégica de la calidad de los servicios sanitarios. Un modelo de gestión hospitalaria. *Ediciones Diaz de Santos, S.A.*

https://books.google.com.pe/books?id=gTvXJ_yogLYC&pg=PA172&dq=%22fiabilidad+del+servicio%22&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiM8YLY1P3zAhVfqpUCHTpIABkQ6AF6BAgJEAI#v=onepage&q=%22fiabilidad%20del%2

[0servicio%22&f=false](#)

Yerren, J. (2017). *Marketing relacional y fiabilidad del servicio de la empresa*

A.Y.B. Medical Peruana S.A.C. Callao, año 2017. [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo].

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/29356>

Zago, C. A., & Mayerle, S. F. (2017). Modelo cuantitativo para la medición de los factores que influyen en el lead time logístico. *Revista Científica General José María Córdova*, 15(20), 185-207. <https://doi.org/10.21830/19006586.180>

Anexo 2. Matriz de operacionalización de la variable tiempo de entrega y de la variable fiabilidad del servicio

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
VARIABLE 1: TIEMPO DE ENTREGA	Para Martínez, A (2014) El lead time es la combinación de los tiempos de proceso y de los tiempos muertos por los objetos para recorrer el proceso de principio a fin es la tasa cíclica a la que el proceso produce resultados, en otras palabras, el lead time es el tiempo que pasa desde que comienza un proceso productivo hasta que finaliza.	La variable 1 Tiempo de entrega fue operacionalizada mediante las dimensiones proceso productivo, tiempo muerto y confiabilidad en la entrega.	Proceso productivo	Proceso	Ordinal tipo Likert 1. DESACUERDO (DS) 2. INDIFERENTE(IN) 3. DE ACUERDO(DC)
				Técnica	
				Estrategia	
			Tiempo muerto	Paro de trabajo	
				Trabajo burocrático	
			Confiabilidad en la entrega	Tiempo de espera	
				Fecha prometida	
				Cantidad prometida	
				Condición acordada	
				Lugar indicado	
VARIABLE 2: FIABILIDAD DEL SERVICIO	Para Maqueda y Llaguno (1995) la fiabilidad del servicio o grado de exactitud entre el servicio y lo prometido. Esto requiere realizar la prestación del servicio con formalidad y exactitud, de acuerdo con las expectativas, promesas y publicidad que del servicio se han hecho.	La variable 2 Fiabilidad del servicio fue operacionalizada mediante las dimensiones formalidad del servicio, exactitud del servicio, expectativas del servicio, promesas del servicio y publicidad del servicio.	Formalidad	Seriedad	Ordinal tipo Likert 1. DESACUERDO (DS) 2. INDIFERENTE(IN) 3. DE ACUERDO(DC)
				Profesionalismo	
				Compromiso de la empresa	
			Exactitud del servicio	La veracidad del servicio	
				La precisión del servicio	
			Expectativas del servicio	Satisfacción del cliente	
				Anhelos del cliente	
				Experiencia del cliente	
			Promesas del servicio	Compromisos de la empresa	
				Ventaja diferenciadora	

Anexo 3. Matriz de consistencia

Tiempo de entrega y fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de Autoespar, San Luis, 2022					
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	MÉTODO
GENERAL: ¿Cuál es la relación entre el tiempo de entrega y la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022?	GENERAL: Establecer la relación entre el tiempo de entrega y la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022	GENERAL: Conocer si existe relación entre el tiempo de entrega y la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022	VARIABLE 1: TIEMPO DE ENTREGA	Proceso productivo	La investigación es hipotético - deductivo
				Tiempo muerto	ENFOQUE
				Confiabilidad en la entrega	Cuantitativo
ESPECÍFICOS: a) ¿Cuál es la relación entre el tiempo de entrega y la formalidad en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022? b) ¿Cuál es la relación entre el tiempo de entrega y la exactitud del servicio en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022? c) ¿Cuál es la relación entre el tiempo de entrega y las expectativas del servicio en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022? d) ¿Cuál es la relación entre el tiempo de entrega y las promesas del servicio en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022?	ESPECÍFICOS: a) Determinar la relación entre el tiempo de entrega y la formalidad en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022 b) Determinar la relación entre el tiempo de entrega y la exactitud del servicio en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022 c) Determinar la relación entre el tiempo de entrega y las expectativas del servicio en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022 d) Determinar la relación entre el tiempo de entrega y las promesas del servicio en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022	ESPECÍFICOS: a) Existe relación entre el tiempo de entrega y la formalidad en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022 b) Existe relación entre el tiempo de entrega y la exactitud del servicio en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022 c) Existe relación entre el tiempo de entrega y las expectativas del servicio en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022 d) Existe relación entre el tiempo de entrega y las promesas del servicio en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022	VARIABLE 2: FIABILIDAD DEL SERVICIO		TIPO
				Formalidad	Aplicada
				Exactitud del servicio	NIVEL
				Expectativas del servicio	Descriptivo - correlacional
				Promesas del servicio	DISEÑO
					No experimental y de corte transversal
					<pre> graph LR X --> O1 X --> O2 O1 <--> r O2 </pre>

Anexo 4. Cuestionarios

TIEMPO DE ENTREGA Y FIABILIDAD DEL SERVICIO DEL ÁREA DE PLANCHADO Y PINTURA DE AUTOESPAR, SAN LUIS, 2022

OBJETIVO: Establecer la relación entre el tiempo de entrega y la fiabilidad del servicio

INSTRUCCIONES: Esta encuesta es anónima y sus respuestas son confidenciales. Así que le agradecemos ser lo más sincero posible. Marque con una **X** la alternativa que usted considera válida de acuerdo con el ítem en los casilleros siguientes:

DESACUERDO	INDIFERENTE	DE ACUERDO
DS	IN	DC

Generalidades:

..... Acepto tener el conocimiento pleno del objetivo académico de la investigación

..... Sexo

.....Edad

Variable tiempo de entrega

N°	Ítems	DS	IN	DC
1	La empresa cuenta con un sistema digitalizado para que el cliente visualice endónde se encuentra el servicio solicitado	1	2	3
2	Los asesores orientan sobre las técnicas y la duración de pintura y planchado de acuerdo al servicio solicitado	1	2	3
3	Existe una codificación de ingreso de la unidad a reparar para tener un plazo establecido del proceso realizado	1	2	3
4	cada unidad de servicio de planchado y pintura posee un horario establecido para cubrir todo el proceso de atención del servicio	1	2	3
5	cuando una unidad es ingresada para reparación, por compañía de seguro, existe un retraso en la entrega del servicio terminado	1	2	3
6	la demora del servicio se debe que cada unidad cuenta con un número limitado de trabajadores	1	2	3
7	Me responsabilizo en entregar el producto en la fecha pactada con el cliente	1	2	3
8	Asumo un compromiso de entrega de un servicio solicitado siempre y cuando haya existencia en almacén	1	2	3
9	las metas que me asigna mi jefe inmediato se cumplen en el tiempo programado	1	2	3
10	cuando asumo un compromiso de entrega del servicio, para el siguiente proceso, cumpla con los tiempos programados	1	2	3

Variable fiabilidad del servicio

N°	Ítems	DS	IN	DC
1	Los asesores como primer contacto del servicio manifiestan el tiempo real que durará el servicio solicitado	1	2	3
2	cuando realizo mi trabajo lo hago con esmero para entregarlo en el tiempo determinado en el que dura el servicio	1	2	3
3	existen reuniones periódicas para conocer las metas de la organización	1	2	3
4	la organización se encuentra satisfecha con mi labor realizada porque da respuesta concreta del servicio solicitado por el cliente	1	2	3
5	el servicio solicitado por el cliente se realiza mediante una evaluación previa para determinar cuál es el tiempo de duración por el servicio	1	2	3
6	Se comunican los mensajes motivadores que da cliente por el trabajo realizado por el técnico	1	2	3
7	los clientes fidelizados se deben a que el servicio ofrecido se cumple en el plazo pactado	1	2	3
8	El trabajo de cada área, se ha incrementado porque el servicio ofertado es de calidad	1	2	3
9	El jefe inmediato comunica que el servicio contratado debe cumplirse en el plazo establecido para la entrega	1	2	3
10	Los clientes solicitan el servicio de la organización porque cuenta con personal calificado trabajando en el sector	1	2	3

Gracias por su colaboración

Anexo 5: Validación de instrumentos

Lima, 6 de noviembre de 2021

Estimado (a) Dr. (a)

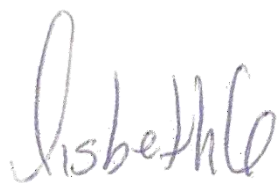
Aprovechamos la oportunidad para saludarla y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, hemos considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaremos en la investigación denominada **“Tiempo de entrega y fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de Autoespar, San Luis, 2022”**. Para cumplir con lo solicitado, le adjuntamos a la presente la siguiente documentación:

- i. Problemas y objetivos de investigación
- ii. Instrumento de obtención de datos
- iii. Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

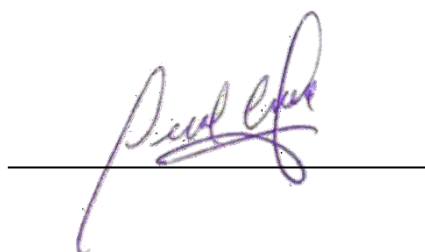
La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, nos despedimos de usted.

Atentamente,



Lisbeth Marisol Guerreros Jaque DNI:
75344257



TIEMPO DE ENTREGA Y FIABILIDAD DEL SERVICIO DEL ÁREA DEPLANCHADO Y PINTURA DE AUTOESPAR, SAN LUIS, 2022

1. Problema

1.1 Problema general

¿Cuál es la relación entre el tiempo de entrega y la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022?

1.2 Problemas específicos

- a) ¿Cuál es la relación entre el tiempo de entrega y la formalidad en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022?
- b) ¿Cuál es la relación entre el tiempo de entrega y la exactitud en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022?
- c) ¿Cuál es la relación entre el tiempo de entrega y las expectativas en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022?
- d) ¿Cuál es la relación entre el tiempo de entrega y las promesas en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022?

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Establecer la relación entre el tiempo de entrega y la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022

2.2 Objetivos específicos


- a) Determinar la relación entre el tiempo de entrega y la formalidad en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022
- b) Determinar la relación entre el tiempo de entrega y la exactitud en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022
- c) Determinar la relación entre el tiempo de entrega y las expectativas en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022
- d) Determinar la relación entre el tiempo de entrega y las promesas en la fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de AUTOESPAR, San Luis, 2022

TITULO DE LA INVESTIGACION: "Tiempo de entrega y fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de Autoespar, San Luis, 2022"

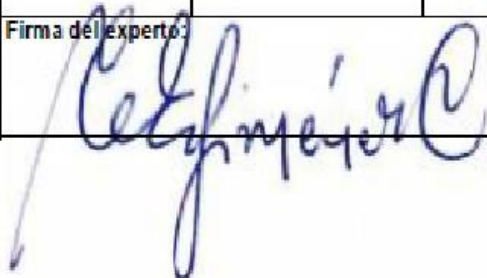
Apellidos y nombres de los investigadores: Guerrero Jaque, Lisbeth Marisol – Córdova Robles, Daniel Anibal

Apellidos y nombres del experto: García Yovera, Abraham José

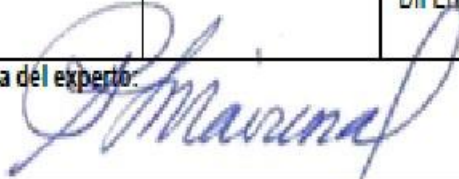
		ASPECTO POR EVALUAR			OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
VARIABLE 1: TIEMPO DE ENTREGA	PROCESO PRODUCTIVO	PROCESO	1. La empresa cuenta con un sistema digitalizado para que el cliente visualice en dónde se encuentra el servicio solicitado	1= Desacuerdo 2= Indiferente 3= De acuerdo	x		
		TÉCNICA	2. Los asesores orientan sobre las técnicas y la duración de pintura y planchado de acuerdo al servicio solicitado		x		
		ESTRATEGIA	3. Existe una codificación de ingreso de la unidad a reparar para tener un plazo establecido del proceso realizado		x		
	TIEMPO MUERTO	PARO DE TRABAJO	4. cada unidad de servicio de planchado y pintura posee un horario establecido para cubrir todo el proceso de atención del servicio		x		
		TRABAJO BUROCRÁTICO	5. cuando una unidad es ingresada para reparación, por compañía de seguro, existe un retraso en la entrega del servicio terminado		x		
		TIEMPO DE ESPERA	6. la demora del servicio se debe que cada unidad cuenta con un número limitado de trabajadores		x		
	CONFIABILIDAD EN LA ENTREGA	FECHA PROMETIDA	7. Me responsabilizo en entregar el producto en la fecha pactada con el cliente		x		
		CANTIDAD PROMETIDA	8. Asumo un compromiso de entrega de un servicio solicitado siempre y cuando haya existencia en almacén		x		
		CONDICIÓN ACORDADA	9. las metas que me asigna mi jefe inmediato se cumple en el tiempo programado		x		
		LUGAR INDICADO	10. cuando asumo un compromiso de entrega del servicio, para el siguiente proceso, cumplo con los tiempos programados		x		
	FORMALIDAD	SERIEDAD	11. Los asesores como primer contacto del servicio manifiestan el tiempo real que durará el servicio solicitado		x		
		PROFESIONALISMO	12. cuando realizo mi trabajo lo hago con esmero para		x		

VARIABLE 2: FIABILIDAD DEL SERVICIO			entregarlo en el tiempo determinado en el que dura el servicio			
		COMPRROMISO DE LA EMPRESA	13. existen reuniones periódicas para conocer las metas de la organización	x		
	EXACTITUD DEL SERVICIO	LA VERACIDAD DEL SERVICIO	14. la organización se encuentra satisfecha con mi labor realizada porque da respuesta concreta del servicio solicitado por el cliente	x		
		LA PRECISIÓN DEL SERVICIO	15. el servicio solicitado por el cliente se realiza mediante una evaluación previa para determinar cuál es el tiempo de duración por el servicio	x		
	EXPECTATIVAS DEL SERVICIO	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	16. Se comunican los mensajes motivadores que da cliente por el trabajo realizado por el técnico	x		
		ANHELO DEL CLIENTE	17. los clientes fidelizados se deben a que el servicio ofrecido se cumple en el plazo pactado	x		
		EXPERIENCIA DEL CLIENTE	18. El trabajo de cada área, se ha incrementado porque el servicio ofertado es de calidad	x		
	PROMESAS DEL SERVICIO	COMPROMISOS DE LA EMPRESA	19. El jefe inmediato comunica que el servicio contratado debe cumplirse en el plazo establecido para la entrega	x		
		VENTAJA DIFERENCIADO RA	20. Los clientes solicitan el servicio de la organización porque cuenta con personal calificado trabajando en el sector	x		
	Firma del experto:					
			Fecha <u>06</u> / <u>11</u> / 2021			

TÍTULO DE LA INVESTIGACION: "Tiempo de entrega y fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de Autoespar, San Luis, 2022"								
Apellidos y nombres de los investigadores: Guerrero Jaque, Lisbeth Marisol – Córdova Robles, Daniel Anibal								
Apellidos y nombres del experto: Jiménez Calderón, César Eduardo								
ASPECTO POR EVALUAR						OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
VARIABLE 1: TIEMPO DE ENTREGA	PROCESO PRODUCTIVO	PROCESO	1. La empresa cuenta con un sistema digitalizado para que el cliente visualice en dónde se encuentra el servicio solicitado	1= Desacuerdo 2= Indiferente 3= De acuerdo	X			
		TÉCNICA	2. Los asesores orientan sobre las técnicas y la duración de pintura y planchado de acuerdo al servicio solicitado		X			
		ESTRATEGIA	3. Existe una codificación de ingreso de la unidad a reparar para tener un plazo establecido del proceso realizado		X			
	TIEMPO MUERTO	PARO DE TRABAJO	4. cada unidad de servicio de planchado y pintura posee un horario establecido para cubrir todo el proceso de atención del servicio		X			
		TRABAJO BUROCRÁTICO	5. cuando una unidad es ingresada para reparación, por compañía de seguro, existe un retraso en la entrega del servicio terminado		X			
		TIEMPO DE ESPERA	6. la demora del servicio se debe que cada unidad cuenta con un número limitado de trabajadores		X			
	CONFIABILIDAD EN LA ENTREGA	FECHA PROMETIDA	7. Me responsabilizo en entregar el producto en la fecha pactada con el cliente		X			
		CANTIDAD PROMETIDA	8. Asumo un compromiso de entrega de un servicio solicitado siempre y cuando haya existencia en almacén		X			
		CONDICIÓN ACORDADA	9. las metas que me asigna mi jefe inmediato se cumple en el tiempo programado		X			
		LUGAR INDICADO	10. cuando asumo un compromiso de entrega del servicio, para el siguiente proceso, cumplo con los tiempos programados		X			
	FORMALIDAD	SERIEDAD	11. Los asesores como primer contacto del servicio manifiestan el tiempo real que durará el servicio solicitado		X			
		PROFESIONALISMO	12. cuando realizo mi trabajo lo hago con esmero para		X			

VARIABLE 2: FIABILIDAD DEL SERVICIO			entregarlo en el tiempo determinado en el que dura el servicio			
		COMRPOMISO DE LA EMPRESA	13. existen reuniones periódicas para conocer las metas de la organización	x		
	EXACTITUD DEL SERVICIO	LA VERACIDAD DEL SERVICIO	14. la organización se encuentra satisfecha con mi labor realizada porque da respuesta concreta del servicio solicitado por el cliente	x		
		LA PRECISIÓN DEL SERVICIO	15. el servicio solicitado por el cliente se realiza mediante una evaluación previa para determinar cuál es el tiempo de duración por el servicio	x		
	EXPECTATIVAS DEL SERVICIO	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	16. Se comunican los mensajes motivadores que da cliente por el trabajo realizado por el técnico	x		
		ANHELO DEL CLIENTE	17. los clientes fidelizados se deben a que el servicio ofrecido se cumple en el plazo pactado	x		
		EXPERIENCIA DEL CLIENTE	18. El trabajo de cada área, se ha incrementado porque el servicio ofertado es de calidad	x		
	PROMESAS DEL SERVICIO	COMPROMISOS DE LA EMPRESA	19. El jefe inmediato comunica que el servicio contratado debe cumplirse en el plazo establecido para la entrega	x		
		VENTAJA DIFERENCIADO RA	20. Los clientes solicitan el servicio de la organización porque cuenta con personal calificado trabajando en el sector	x		
	Firma del experto:					
			Fecha 06 / 11 / 2021			

TITULO DE LA INVESTIGACION: "Tiempo de entrega y fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de Autoespar, San Luis, 2022"							
Apellidos y nombres de los investigadores: Guerrero Jaque, Lisbeth Marisol – Cordova Robles, Daniel Anibal							
Apellidos y nombres del experto: Mairena Fox, Petronila Liliana							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
VARIABLE 1: TIEMPO DE ENTREGA	PROCESO PRODUCTIVO	PROCESO	1. La empresa cuenta con un sistema digitalizado para que el cliente visualice en dónde se encuentra el servicio solicitado	1= Desacuerdo 2= Indiferente 3= De acuerdo	X		
		TÉCNICA	2. Los asesores orientan sobre las técnicas y la duración de pintura y planchado de acuerdo al servicio solicitado		X		
		ESTRATEGIA	3. Existe una codificación de ingreso de la unidad a reparar para tener un plazo establecido del proceso realizado		X		
	TIEMPO MUERTO	PARO DE TRABAJO	4. cada unidad de servicio de planchado y pintura posee un horario establecido para cubrir todo el proceso de atención del servicio		X		
		TRABAJO BUROCRÁTICO	5. cuando una unidad es ingresada para reparación, por compañía de seguro, existe un retraso en la entrega del servicio terminado		X		
		TIEMPO DE ESPERA	6. la demora del servicio se debe que cada unidad cuenta con un número limitado de trabajadores		X		
	CONFIABILIDAD EN LA ENTREGA	FECHA PROMETIDA	7. Me responsabilizo en entregar el producto en la fecha pactada con el cliente		X		
		CANTIDAD PROMETIDA	8. Asumo un compromiso de entrega de un servicio solicitado siempre y cuando haya existencia en almacén		X		
		CONDICIÓN ACORDADA	9. las metas que me asigna mi jefe inmediato se cumple en el tiempo programado		X		
		LUGAR INDICADO	10. cuando asumo un compromiso de entrega del servicio, para el siguiente proceso, cumplo con los tiempos programados		X		
	FIABILIDAD	SERIEDAD	11. Los asesores como primer contacto del servicio manifiestan el tiempo real que durará el servicio solicitado		X		
		PROFESIONALISMO	12. cuando realizo mi trabajo lo hago con esmero para		X		


VARIABLE 2: FIABILIDAD DEL SERVICIO			entregarlo en el tiempo determinado en el que dura el servicio			
		COMPRMISO DE LA EMPRESA	13. existen reuniones periódicas para conocer las metas de la organización	X		
	EXACTITUD DEL SERVICIO	LA VERACIDAD DEL SERVICIO	14. la organización se encuentra satisfecha con mi labor realizada porque da respuesta concreta del servicio solicitado por el cliente	X		
		LA PRECISIÓN DEL SERVICIO	15. el servicio solicitado por el cliente se realiza mediante una evaluación previa para determinar cuál es el tiempo de duración por el servicio	X		
	EXPECTATIVAS DEL SERVICIO	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	16. Se comunican los mensajes motivadores que da cliente por el trabajo realizado por el técnico	X		
		ANHELO DEL CLIENTE	17. los clientes fidelizados se deben a que el servicio ofrecido se cumple en el plazo pactado	X		
		EXPERIENCIA DEL CLIENTE	18. El trabajo de cada área, se ha incrementado porque el servicio ofertado es de calidad	X		
	PROMESAS DEL SERVICIO	COMPROMISOS DE LA EMPRESA	19. El jefe inmediato comunica que el servicio contratado debe cumplirse en el plazo establecido para la entrega	X		
		VENTAJA DIFERENCIADORA	20. Los clientes solicitan el servicio de la organización porque cuenta con personal calificado trabajando en el sector	X		
	Firma del experto:					
			Fecha <u>06 / 11 / 2021</u>			

TITULO DE LA INVESTIGACION: "Tiempo de entrega y fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de Autoespar, San Luis, 2022"

Apellidos y nombres de los investigadores: Guerrero Jaque, Lisbeth Marisol – Cordova Robles, Daniel Anibal

Apellidos y nombres del experto: Diaz Torres, William Ricardo

ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
VARIABLE 1: TIEMPO DE ENTREGA	PROCESO PRODUCTIVO	PROCESO	1. La empresa cuenta con un sistema digitalizado para que el cliente visualice en dónde se encuentra el servicio solicitado	1= Desacuerdo 2= Indiferente 3= De acuerdo	x		
		TÉCNICA	2. Los asesores orientan sobre las técnicas y la duración de pintura y planchado de acuerdo al servicio solicitado		x		
		ESTRATEGIA	3. Existe una codificación de ingreso de la unidad a reparar para tener un plazo establecido del proceso realizado		x		
	TIEMPO MUERTO	PARO DE TRABAJO	4. cada unidad de servicio de planchado y pintura posee un horario establecido para cubrir todo el proceso de atención del servicio		x		
		TRABAJO BUROCRÁTICO	5. cuando una unidad es ingresada para reparación, por compañía de seguro, existe un retraso en la entrega del servicio terminado		x		
		TIEMPO DE ESPERA	6. la demora del servicio se debe que cada unidad cuenta con un número limitado de trabajadores		x		
	CONFIABILIDAD EN LA ENTREGA	FECHA PROMETIDA	7. Me responsabilizo en entregar el producto en la fecha pactada con el cliente		x		
		CANTIDAD PROMETIDA	8. Asumo un compromiso de entrega de un servicio solicitado siempre y cuando haya existencia en almacén		x		
		CONDICIÓN ACORDADA	9. las metas que me asigna mi jefe inmediato se cumple en el tiempo programado		x		
		LUGAR INDICADO	10. cuando asumo un compromiso de entrega del servicio, para el siguiente proceso, cumplo con los tiempos programados		x		
	FORMALIDAD	SERIEDAD	11. Los asesores como primer contacto del servicio manifiestan el tiempo real que durará el servicio solicitado		x		
		PROFESIONALISMO	12. cuando realizo mi trabajo lo hago con esmero para		x		

VARIABLE 2: FIABILIDAD DEL SERVICIO			entregarlo en el tiempo determinado en el que dura el servicio			
		COMRPOMISO DE LA EMPRESA	13. existen reuniones periódicas para conocer las metas de la organización	X		
	EXACTITUD DEL SERVICIO	LA VERACIDAD DEL SERVICIO	14. la organización se encuentra satisfecha con mi labor realizada porque da respuesta concreta del servicio solicitado por el cliente	X		
		LA PRECISIÓN DEL SERVICIO	15. el servicio solicitado por el cliente se realiza mediante una evaluación previa para determinar cuál es el tiempo de duración por el servicio	X		
	EXPECTATIVAS DEL SERVICIO	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	16. Se comunican los mensajes motivadores que da cliente por el trabajo realizado por el técnico	X		
		ANHELO DEL CLIENTE	17. los clientes fidelizados se deben a que el servicio ofrecido se cumple en el plazo pactado	X		
		EXPERIENCIA DEL CLIENTE	18. El trabajo de cada área, se ha incrementado porque el servicio ofertado es de calidad	X		
	PROMESAS DEL SERVICIO	COMPROMISOS DE LA EMPRESA	19. El jefe inmediato comunica que el servicio contratado debe cumplirse en el plazo establecido para la entrega	X		
		VENTAJA DIFERENCIADO RA	20. Los clientes solicitan el servicio de la organización porque cuenta con personal calificado trabajando en el sector	X		
	Firma del experto:					
			Fecha <u>06 / 11 / 2021</u>			

Anexo 6: cálculo de alfa de Cronbach

Variable Tiempo de entrega

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	
1															0.7					
2		PREGUNTAS														0	1	igual a	o mayor que	0.7
3		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10									
4																				
5	E1	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	28			ANÁLISIS DE FIABILIDAD DEL ALFA DE CRONBACH					
6	E2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	28			(Alfa) =	0.864007				
7	E3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29			(número de ítems) =	10				
8	E4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30			(varianza de cada ítems) =	3.41				
9	E5	1	1	1	1	1	3	1	1	3	3	16			(varianza total) =	15.3254438				
10	E6	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29								
11	E7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30								
12	E8	1	1	1	3	1	3	3	3	3	3	22								
13	E9	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	28								
14	E10	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	28								
15	E11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30								
16	E12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30								
17	E13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30								
18		0.698	0.521	0.521	0.284	0.698	0.071	0.331	0.284	0	0									
19																				

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Variable Fiabilidad del servicio

		PREGUNTAS																	
		P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20								
		3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29			ANÁLISIS DE FIABILIDAD DEL ALFA DE CRONBACH				
		3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	27			(Alfa) =	0.7399627			
		2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	28			(número de ítems) =	10			
		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30			(varianza de cada ítems) =	1.88			
		1	1	1	1	2	3	3	3	3	3	21			(varianza total) =	5.63313609			
		2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29							
		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30							
		1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	28							
		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30							
		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30							
		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30							
		3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29							
		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30							
		0.556	0.284	0.284	0.331	0.071	0.071	0.071	0.071	0.071	0.071								

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Anexo 7: Base de datos estadísticos
Variable Tiempo de entrega

S U J E T O S	VARIABLE 1 : TIEMPO DE ENTREGA														
	DIMENSIÓN 1: PROCESO PRODUCTIVO			DIMENSIÓN 2: TIEMPO MUERTO			DIMENSIÓN3: CONFIABILIDAD EN LA ENTREGA								
	IND. 1	IND. 2	IND. 3	IND. 1	IND. 2	IND. 3	IND. 1	IND. 2	IND. 3	IND. 4					
	V1D1P1	V1D1P2	V1D1P3	V1D2P4	V1D2P5	V1D2P6	V1D3P7	V1D3P8	V1D3P9	V1D3P10	D1	D2	D3	PROMEDIO	
1	1	3	2	4	5	6	7	8	9	10	6	15	34	18.33333333	
2	1	3	3	3	1	1	3	3	3	3	7	5	12	7.66666667	
3	1	3	3	1	1	1	3	3	3	3	7	3	12	7.33333333	
4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	7	9	12	9.33333333	
5	1	3	1	1	3	3	3	3	1	3	5	7	10	7.33333333	
6	1	1	1	1	3	3	1	3	1	1	3	7	6	5.33333333	
7	1	1	1	1	1	3	3	1	3	1	3	7	6	5.33333333	
8	1	1	1	1	1	3	3	1	3	1	3	7	6	5.33333333	
9	1	1	1	1	1	3	3	1	3	1	3	7	6	5.33333333	
10	1	1	1	1	1	3	3	1	3	1	3	7	6	5.33333333	
11	3	1	1	1	1	3	3	3	1	3	5	7	10	7.33333333	
12	1	1	1	1	1	3	3	2	3	1	3	7	7	5.66666667	
13	1	1	1	2	3	3	1	3	1	1	3	8	6	5.66666667	
14	1	1	1	1	1	3	3	1	3	1	3	7	6	5.33333333	
15	1	1	1	1	1	3	3	1	3	1	3	7	6	5.33333333	
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	4	3.33333333	
17	1	1	1	1	1	3	3	1	3	1	3	7	6	5.33333333	
18	1	1	1	1	1	3	3	1	3	1	3	7	6	5.33333333	
19	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	7	12	7.33333333	
20	1	1	1	1	1	3	3	1	3	1	3	7	6	5.33333333	
21	1	1	1	1	3	1	3	3	3	3	3	7	12	7.33333333	
22	1	1	1	1	1	3	3	1	3	2	2	3	7	8	6
23	1	2	1	1	1	3	3	1	3	1	1	4	7	6	5.66666667
24	1	1	1	1	1	3	3	1	3	1	1	3	7	6	5.33333333
25	1	1	1	1	1	3	1	3	3	3	3	5	12	6.66666667	
26	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3	7	9	10	8.66666667	

Variable Fiabilidad del servicio

S U J E T O S	VARIABLE 2: FIABILIDAD DEL SERVICIO													
	DIMENSIÓN1: FIABILIDAD			DIMENSIÓN2: EXACTITUD DEL SERVICIO		DIMENSIÓN 3: EXPECTATIVA DEL SERVICIO			DIMENSIÓN 4: PROMESA DEL SERVICIO					
	IND. 1	IND. 2	IND. 3	IND. 1	IND. 2	IND. 1	IND. 2	IND. 3	IND. 1	IND. 2				
	V2D1P11	V2D1P12	V2D1P13	V2D2P14	V2D2P15	V2D3P16	V2D3P17	V2D3P18	V2D4P19	V2D4P20	D1	D2	D3	PROMEDIO
1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	8	9	12	9.666666667
2	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	9	7	12	9.333333333
3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	7	8	12	9
4	3	3	1	2	3	1	1	3	3	3	7	6	10	7.666666667
5	3	3	1	2	3	1	3	3	3	3	7	6	12	8.333333333
6	1	3	1	3	3	1	1	3	3	3	5	7	10	7.333333333
7	3	3	1	2	3	1	1	3	1	3	7	6	8	7
8	3	3	1	2	3	1	1	3	3	3	7	6	10	7.666666667
9	3	3	1	2	3	1	1	3	3	3	7	6	10	7.666666667
10	3	3	1	2	3	1	1	3	3	3	7	6	10	7.666666667
11	3	3	1	3	3	1	3	3	3	3	7	7	12	8.666666667
12	3	3	1	3	3	1	1	3	3	3	7	7	10	8
13	3	3	1	2	3	1	1	3	3	3	7	6	10	7.666666667
14	3	3	1	3	3	1	3	3	3	3	7	7	12	8.666666667
15	3	3	1	2	3	1	1	3	3	3	7	6	10	7.666666667
16	1	3	1	3	3	1	3	3	1	3	5	7	10	7.333333333
17	3	3	1	2	3	1	1	3	3	3	7	6	10	7.666666667
18	3	3	1	2	3	1	1	3	3	3	7	6	10	7.666666667
19	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	9	7	12	9.333333333
20	3	3	1	2	3	1	1	3	3	3	7	6	10	7.666666667
21	1	3	1	3	3	1	1	3	3	3	5	7	10	7.333333333
22	3	3	1	1	3	1	1	3	3	3	7	5	10	7.333333333
23	3	3	1	2	3	1	1	3	3	3	7	6	10	7.666666667
24	3	3	1	2	3	1	1	3	3	3	7	6	10	7.666666667
25	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	7	9	12	9.333333333
26	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	7	3	4	4.666666667

Anexo 8: Tabla de artículos científicos

Tabla 1 Registro de artículos científicos de la variable Fiabilidad

Matriz de revisión general de investigaciones

Artículo Científico	Título	Autor	Año
AC 1	Examining the influence of service reliability on customer satisfaction in the insurance industry in Kenya	Chege, C.	2021
AC 2	Public transport service-quality elements based on real-time operational tactics	Nesheli, M.; Ceder, A. & Brissaud, R.	2017
AC 3	Customer loyalty in telecom service sector: the role of service quality and customer commitment	Izogo, Ernest.	2017
AC 4	Reliability of information systems in organization in the context of banking sector: Empirical study from Poland	Tworek, K	2018
AC 5	Factors Leading to Customer Satisfaction in Dairy Industry: A Study in Indian Perspective	Rajeev & Ashutosh	2018
AC 6	An Integrated Bus Holding and Speed Adjusting Strategy Considering Passenger's Waiting Time Perceptions	Chen, W. Zhang, H. Chen, C. Wei X.	2021
AC 7	APLICACIÓN DEL MODELO SERVQUAL COMO INSTRUMENTO DE MEDIDA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA AUTOMOTRIZ.	Carrera, F., Vázquez, L. & López, L	2018
AC 8	Medición de la satisfacción con la calidad del servicio prestado en una dirección financiera municipal	Palacios, W.; Félix, M. & Ormaza, M.	2016
AC 9	Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las Cajas Municipales del Perú	Ramírez, E.; Maguiña, M. & Huerta, R.	2020

AC 10	Motivación, satisfacción laboral, liderazgo y su relación con la calidad del servicio	Hernández, Quintana, Mederos, Guedes & Díaz, A.; Muñoz, E.;	2009
AC 11	Análisis de la confiabilidad de procesos en una empresa biofarmacéutica	Gonzales, A.; López, I.; Rodríguez, A. & Alfonso, A.	2021
AC 12	Factores determinantes en la calidad del servicio sanitario en México: Caso ABC1	Pedraza, N.; Verástegui, J.; González, A. & Bernal, I.	2014
AC 13	Factors associated with service quality in fitness centers based on the SERVQUAL model	Mosquera, D.; Patiño, O.; Sánchez, D.; Agudelo, J.; Ospina, D. & Bermúdez, J	2019
AC 14	Propuesta para fortalecer el sistema de gestión de la calidad organizacional en una entidad financiera del sector público colombiano	Callejas, A.	2019

Tabla 2 Revisión de artículos científicos en la base de datos indexados variable Fiabilidad

Artículo Científico	Número de registro	Indexados	Año
AC 1	https://www.proquest.com/docview/2495512329/93C5E5AF442C4632PQ/5?accountid=37408#:~:text=DOI%3A10.20525/ijrbs.vlGH.1025	PROQUES T	2021
AC 2	Doi: https://doi.org/10.1007/s11116-016-9688-4	PROQUES T	2017
AC 3	https://www.proquest.com/scholarly-journals/customer-loyalty-telecom-service-sector-role/docview/1855766273/se-2?accountid=37408	PROQUES T	2017
AC 4	doi: https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1522752	PROQUES T	2018
AC 5	Factors Leading to Customer Satisfaction in Dairy Industry: A Study in Indian Perspective	PROQUES T	2018
AC 6	Doi: https://doi.org/10.3390/su13105529	PROQUES T	2021
AC 7	https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=138598745&lang=es&site=eds-live		
AC 8	https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/225/193	EBSCO PROQUES	2018
AC 9	doi: https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.08	T	2016
AC 10	http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0138-65572009000100007&lng=en&tlng=en	SCIELO	2020
AC 11	http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59442021000200012	SCIELO	2009
AC 12	https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265433711006	SCIELO	2021
AC 13	https://doaj.org/article/fabbb50de975421789869a9729984817	REDALYC	2014
AC 14	https://doi.org/10.15332/s2145-1389.2019.0001.07	PROQUES SIGNOS	2019 2019

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3 Registro de artículos científicos de la variable Tiempo de entrega

Matriz de revisión general de investigaciones

Artículo Científico	Título	Autor	Año
AC 1	Modelo cuantitativo para la medición de los factores que influyen en el lead time logístico	Avosani, C. & Mayerle, S	2017
AC 2	Cálculo del punto de reorden cuando el tiempo de entrega y la demanda están correlacionados	Izar, J.; Ynzunza, C. & Zermeño, E.	2015
AC 3	Estudio comparativo del impacto de la media y varianza del tiempo de entrega y de la demanda en el costo del inventario	Izar, J.; Ynzunza, C.; Castillo, A. & Hernandez, R.	2016
AC 4	Calidad, tiempo y costo en proyectos de desarrollo de software	Cantú, Torres, Alcaraz & Banda	2018
AC 5	Análise do lead time nos processos logísticos de uma rede varejista de flores	. Torres, L.; Mansano, H.; Dos Santos, G.; Passos, D. & Riveiro, R.	2016
AC 6	Variabilidad de la demanda del tiempo de entrega, existencias de seguridad y costo del inventario	Izar, J.; Ynzunza, C. & Guarneros, O.	2016
AC 7	Reducción del tiempo de entrega de pedidos en la producción de muebles	Bellodas, M.	2020
AC 8	Costos Basados en las Actividades (ABC): aplicación de una herramienta para la gestión estratégica en empresas de servicios	Tierpermann, R. & Porporato, M	2021
AC 9	Estrategia metodológica de las 9S para mejorar la gestión en las microempresas ecuatorianas	Vera, F., Riera, A. & Gil, R	2020

AC 10	Simulación de mejoras en el sistema productivo de una curtiembre basada en el mapeo de su cadena de valor	Bedoya, Chud & Paredes	2020
AC 11	Implantación de un sistema de mantenimiento preventivo para el aumento de la eficiencia de la maquinaria en una planta de fundición	Becerril, I., Gutiérrez, J. & Hurtado, R	2018
AC 12	Proposta de melhoria de layout como fator para a otimização do processo produtivo organizacional	Gerlach, Da Silva, Almeida Dos Santos, Amaral Adamy & Garlet	2017
AC 13	Complaint management: The impact of post-complaint satisfaction on organizational behavior	Preuss, M.; Santini, F. & Marconatto, D.	2022
AC 14	Reducción del tiempo de respuesta al cliente con la metodología six sigma	Pacheco, D. & Vallada, C	2018

Tabla 4 Revisión de artículos científicos en la base de datos indexados variable Tiempo de entrega

Artículo Científico	Número de registro	Indexados	Año
AC 1	https://doi.org/10.21830/19006586.180	PROQUEST	2017
AC 2	doi: https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.07.003	SCIELO	2015
AC 3	http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-77432016000300371&lng=en&tlng=en	SCIELO	2016
AC 4	https://www.proquest.com/scholarly-journals/calidad-tiempo-y-costo-en-proyectos-de-desarrollo/docview/2123608860/se-2?accountid=37408	PROQUEST	2018
AC 5	doi: https://doi.org/10.14488/1676-1901.v16i4.2253	PROQUEST	2016
AC 6	https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.11.008	PROQUEST	2016
AC 7	https://hdl.handle.net/20.500.12423/3125	RENATI	2020
AC 8	https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v17i32.3448	EBSCO	2021
AC 9	https://eds.p.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=9c9bd1b3-5369-4719-805c-438653743d2d%40redis&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1lZHMtYm90ZGZQ%3d%3d#AN=141887638&db=eue	EBSCO	2020
AC 10	https://doi.org/10.22517/23447214.24231	PROQUEST	2020
AC 11	direct=true&db=edb&AN=138598784&lang=es&site=eds-live	PROQUEST	2020
AC 12	doi: https://doi.org/10.5902/19834659.25157	EBSCO	2018
AC 13	https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMG220145.en	REDALYC	2017
AC 14	https://incubadora.periodicos.ufsc.br/index.php/IJIE/article/view/v10n1908	PROQUEST	2018

Anexo 9: carta de autorización



AUTOESPAR

CONCESIONARIO AUTORIZADO

Lima, 05 de Noviembre de 2021

Señores
Escuela de administración
Universidad César Vallejo – Campus lima norte

A través del presente, Fernando Quiroz Valenzuela,
identificado con DNI N° 08301153, representante de la empresa
Autoespar SA, con el cargo de Gerente de B&P, me dirijo a su representada a
fin de dar a conocer que las siguientes personas:

- a) Lisbeth Marisol Guerreros Jaque
- b) Daniel Anibal Córdova Robles

Están autorizadas para:

- a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada *Tiempo de entrega y fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de Autoespar, San Luis, 2022*

Sí No

- b) Publicar el nombre de nuestra organización en la investigación

Sí No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente,

AUTOESPAR S.A.

Fernando Quiroz Valenzuela
GERENTE DE B & P

Firma y Sello

Nombre y Apellidos Fernando Quiroz Valenzuela
Cargo GERENTE B&P



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ROMERO PACORA JESUS, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Tiempo de entrega y fiabilidad del servicio del área de planchado y pintura de Autoespar, San Luis, 2022", cuyos autores son CORDOVA ROBLES DANIEL ANIBAL, GUERREROS JAQUE LISBETH MARISOL, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 27 de Junio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ROMERO PACORA JESUS DNI: 06253522 ORCID 0000-0003-4188-2479	Firmado digitalmente por: JESUSROMEROP el 16- 07-2022 00:02:35

Código documento Trilce: TRI - 0312479