



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**“Propuesta de implementación de Lean service para mejorar la calidad de servicio en la compañía de transporte PARIÑAS S.R.L., Talara -2018”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Ingeniero Industrial**

**AUTOR:**

Mogollón Pimentel, Guillermo Stefan (ORCID: 0000-0002-0524-9636)

**ASESOR:**

Mg. ING. Seminario Atarama, Mario Roberto (ORCID: 0000-0002-9210-3650)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión Empresarial y Productivo

PIURA – PERÚ

2020

## Dedicatoria

La presente tesis se la dedico a mis padres por aconsejarme y porque siempre están conmigo frente a mis adversidades; de igual manera a mis hermanos, a mis tíos por no dejar que me rinda por más cansado y estresado que me encuentre; y a mi novia, por acompañarme a lo largo de este camino de la tesis y darme ánimos.

## Agradecimiento

Agradezco primer lugar a Dios, por la vida y de la dicha de culminar con mi carrera profesional, a mis padres, que con sus grandes esfuerzos me han apoyado con lo que podían para estudiar en esta universidad a mis amigos de estudios por reunirse para avanzar con nuestra tesis y poder opinar ante cualquier duda al respecto a mi asesor Mario Seminario Atarama por todas sus enseñanzas y consejos que me brindó que han logrado el desarrollo de la presente investigación.

## Índice general

Carátula .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice general.....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen .....	vii
Abstract .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
III. MÉTODO.....	12
3.1 Tipo y Diseño de investigación .....	12
3.2. Variables y Operacionalización. ....	13
3.3 Población y Muestra.....	13
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	14
3.5 Procedimientos.....	15
3.6 Métodos de análisis de datos .....	15
3.7 Aspectos éticos .....	16
IV. RESULTADOS .....	17
V. DISCUSIÓN.....	21
VI. CONCLUSIONES .....	27
VII. RECOMENDACIONES.....	28
REFERENCIAS.....	29
ANEXOS.....	34

## Índice de tablas

Tabla 1: Fiabilidad del servicio .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 2: Sensibilidad del servicio .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 3 Seguridad del servicio .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 4 Empatía del servicio.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 5 Elementos tangibles.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## Índice de figuras

Figura N° 1 Modelo Servqual .....	7
Figura N° 2: Modelo de las brechas.....	9
Figura N° 3: Diagrama de Ishikawa de la Empresa de Transporte Pariñas SRL .....	9
Figura N° 4: Diseño Propositivo .....	12

## Resumen

La presente investigación tiene como propósito mejorar la calidad de servicio teniendo como objetivo de: Diseñar una Propuesta de implementación de Lean Service para mejorar la calidad de servicio en la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L. Talara. El tipo de investigación es aplicada; según su carácter descriptivo; y por su naturaleza, cuantitativa, el diseño de investigación es no experimental. Para medir la calidad de servicio se adaptó como herramienta principal el modelo de Servqual, La población de este servicio fueron los clientes de la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L, la calidad del servicio se midió con el instrumento de recolección de datos que son los cuestionarios de percepción y expectativas a los clientes con cinco dimensiones de calidad, se aplicó la fórmula respectiva de Percepción y Expectativas, el puntaje de calidad con respecto a la finalidad es - 0.67, sensibilidad -0.87, seguridad 0.07, empatía -0.78 , elementos tangibles - 0.40, la calidad de la Empresa de Transporte Pariñas SRL. presentan deficiencias. En conclusión el Gerente de la empresa y los empleados deben realizar una reunión en donde demuestren preocupación por mejorar su servicio, usando la propuesta de lean service y poder ofrecer calidad a los clientes.

Palabras claves: Lean, Servicio y Calidad.

## Abstract

The purpose of this research is to improve the quality of service with the objective of: Designing a Proposal for the implementation of Lean Service to improve the quality of service at Empresa de Transporte Pariñas S.R.L. Talara The type of research is applied; according to its descriptive character; and by its quantitative nature, the research design is non-experimental. To measure the quality of service, the Servqual model was adapted as the main tool. The population of this service were the clients of Empresa de Transporte Pariñas SRL, the quality of the service was measured with the data collection instrument that are the questionnaires of perception and expectations to customers with five dimensions of quality, the respective Perception and Expectations formula was applied, the quality score with respect to the purpose is -0.67, sensitivity -0.87, security 0.07, empathy -0.78, tangible elements -0.40 , the quality of the Transport Company Pariñas SRL. They have deficiencies. In conclusion, the Manager of the company and the employees must hold a meeting where they show concern to improve their service, using the lean service proposal and be able to offer quality to customers.

Keywords: Read, Service and Quality.

## **I. INTRODUCCIÓN**

El servicio de Transporte urbano de pasajeros presenta una gran variedad de problemas a continuación se muestra los principales problemas, internacional, nacional y local.

Para Pazos Eleonora (2014), el medio de transporte automotor, mientras más grande sea la ciudad, habrá viajes más largos y mayores congestiones ya sea vehicular y peatonal en los paraderos, también agrega que en los últimos años el transporte urbano en los países de Latinoamérica no ha sido satisfactorio ni se ha llegado alcanzar el nivel requerido con terceros continentes.

Para Magallanes (2014) las compañías de transportes de servicio público hoy en día presentan grandes problemas, por lo que deben adecuarse a los cambios para obtener que los usuarios se sientan satisfechos que hoy son más exigentes por su seguridad; además, deben incorporar cambios buscando la mejora tanto en las unidades, como en las zonas donde tienden sus acciones para el recibimiento de los usuarios esto deben tener en cuenta los adelantos tecnológicos y los requerimientos de los usuarios y diseñar cambios en la manera del trato los conductores que muestran escasa práctica de las reglas de cortesía.

Para Cadenillas (2016), en la actualidad las provincias de nuestro territorio, tienden a una mayor expansión urbana, además se observa la congestión vehicular como resultado de este aumento del parque automotriz y una pésima organización urbana, se debe incorporar sistemas de transporte seguro y sostenible, además de optimizar la seguridad vial, en particular mediante el incremento del transporte público.

La empresa de transporte Pariñas SRL, es una empresa que brinda servicio de transporte público urbano a la población talareña, la ruta de la empresa es Talara Alta, desde los AA.H.H. 28 de julio, 7 de junio, 2 de febrero, Luis Alberto Sánchez, Alan García y El Tablazo, hasta Talara Baja, mercado, centro cívico y avenida Grau, actualmente la empresa brinda un servicio de baja calidad, sin embargo, ha elevado el costo del pasaje de 1,00 a 1,50 nuevos soles, por lo que muchos usuarios prefieren viajar en microbuses, algunos de los cuales invaden la

ruta de esta empresa, junto con vehículos informales, debido a la falta de paraderos en el recorrido de Talara a los asentamientos humanos ya mencionados,

Por otro lado, el Jefe de Transporte de la provincia de Talara, pretende que se realice monitoreo al buen uso de las vías y charlas a los conductores, las autorizaciones sobre el uso para las vías de transporte se den mediante el servicios públicos, se tendrá que ver tiempo de uso del vehículo para que circule, debe haber una formación vial para los peatones, los socios de la compañía deben elaborar un estatus donde las responsabilidades y funciones estén correctamente determinadas, cada conductor debe tener la adecuada licencia para brindar el servicio, pues de continuar así, ponen en riesgo a los pasajeros. Por todo lo expuesto, es necesario conocer cuál es la calidad del servicio que brinda la compañía de transporte “Pariñas” S.R.L con la finalidad de diseñar una propuesta de mejora.

Para conseguir la mejora se Formuló el problema mediante la pregunta general:

¿Cuál es la calidad actual del servicio que brinda la compañía de Transporte PARIÑAS SRL, Talara 2018?, el cual dio origen a las preguntas específicas.

¿Cuál es la fiabilidad de servicio que brinda la compañía de Transporte Pariñas S.R.L. Talara?

¿Cuál es la sensibilidad del servicio que brinda la compañía de transporte Pariñas S.R.L.? Talara?

¿Cuál es la seguridad del servicio que brinda la compañía de transporte Pariñas S.R.L. Talara?

¿Cuál es el nivel de empatía del servicio que brinda la compañía de transporte Pariñas S.R.L. Talara?

¿Cuáles son los elementos tangibles del servicio que brinda la compañía de transporte Pariñas S.R.L. Talara?

Justificando el problema con técnica en la compañía de Transporte Pariñas S.R.L., tiene mala calidad en la atención al usuario de las unidades ya que se encontraron muchos aspectos a solucionar , el valor del pasaje lo que lo hace poco competitivo dentro del mercado ,ya que en Talara se encuentra con gran parte de la población desempleada, no existe terminales o playa de

estacionamiento cómodos, falta de coordinación con control con relación a la salida vehicular de los mismos, así como el mantenimiento de los vehículos ya que ese gasto es asumido por cada dueño de la unidad, falta de formación a los choferes con relación del trato al usuario, en perspectiva a todo esto con el método del lean service, se solucionara las causas que permiten el mal servicio eliminando despilfarros.

La justificación económica en esta investigación para obtener mayor acogida por los usuarios, se debatirá si es necesario reducir los costos del servicio o dejarlo en su precio actual, y así mejorar la calidad para obtener una mejor demanda y entrada económico, se reducirá los desperdicios como esperas y algunos proceso defectuoso que permiten mala calidad del servicio para la compañía de Transporte Pariñas S.R.L con lean service se podrá cambiar el resultado.

La justificación social en la compañía de Transporte Pariñas S.R.L. se realizaran encuestas y se escuchará la opinión de cada conductor que ofrece este servicio, y así se dar una mejor calidad de servicio, mejorando los paraderos, se toma en cuenta la mejora continua, además con una baja razonable en el pasaje se logrará captar más clientes permitiendo una obtener una compañía competitiva y se obtendría un mayor ingreso económico de esta manera el dueño del vehículo pueda realizar los mantenimientos correspondientes.

A continuación se mencionará el objetivo general de la investigación:

Diseñar una propuesta de implementación de Lean service para mejorar la calidad de servicio en la compañía de Transporte Pariñas S.R.L. Talara 2018, como objetivos específicos se presentan los siguientes:

Determinar la fiabilidad del servicio que brinda la compañía de transporte Pariñas S.R.L. Talara.

Determinar el nivel de sensibilidad del servicio que brinda la compañía de transporte Pariñas S.R.L. Talara.

Identificar la seguridad del servicio que brinda la compañía de transporte Pariñas S.R.L. Talara.

Identificar la empatía del servicio que brinda la compañía de Transporte Pariñas S.R.L. Talara.

Analizar los elementos tangibles del servicio que brinda la compañía de Transporte Pariñas S.R.L Talara.

## II. MARCO TEÓRICO

Para determinar el estado del arte, así como el estado actual del servicio de Transporte urbano de pasajeros presenta una gran variedad de problemas, se ha realizado una serie de revisión bibliografía de trabajos previos con variables coincidentes al presente trabajo de investigación, tanto a nivel nacional como internacional.

“La propuesta de mejora de servicio de transporte público convencional urbano de pasajeros a través de un análisis situacional en la ciudad de Guayaquil”. Por: Sarmiento A (2014). Proyecto que tiene la finalidad de averiguar fallas en la calidad del servicio de transporte se planteó varias mejoras para persuadir a los peatones y choferes a respetar las normas de tránsito para evitar inconvenientes que lamentar, se implementó un método para que el conductor tenga un sueldo equitativo con los demás conductores, además de brindar el servicio de calidad para cliente, con vehículos confortables con aire acondicionado debido al clima caluroso de la zona. Realizo la investigación de tipo cuantitativo, con un nivel descriptivo, con diseño de investigación de carácter contextual, su población tuvo 400 usuarios; empleo como instrumento para recolectar la data a través de un cuestionario con 12 preguntas. Utilizó plataformas virtuales para realizar el análisis de la situación problemática y las páginas oficiales de las organizaciones nacionales públicas relacionadas con el transporte, para el procesamiento de la data se emplearon las herramientas estadísticas. Llegando a la conclusión, que la mala calidad del servicio ofrecido por el transporte terrestre público urbano se ve afectado en el ámbito social, económico y ambiental. Puesto que con buses antiguos y con la falta de educación de los conductores hacen de este un servicio de mala calidad.

Morán G. 2016. Realizo un análisis para determinar la calidad del servicio de transporte urbano para buses de la ciudad de Las Esmeraldas desde la visión del usuario. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. El proyecto de investigación tuvo como finalidad mejorar la calidad que brinda la empresa a los usuarios. La investigación es de tipo de cuantitativo, con un diseño de investigación de carácter descriptivo, el cumplimiento del objeto de estudio de la población se realizó mediante encuesta al conductor de la empresa de bus y los clientes de la ciudad Esmeraldas, no existe muestra. Como técnica para la

recolección de data se desarrolló mediante la aplicación de una encuesta y entrevista aplicada a los directivos y socios de la cooperativa, se concluyó que los mediante las encuestas realizadas a los usuarios, el cliente se siente insatisfecho con el trato de los cobradores y choferes, limpieza de las unidades y comodidad, la conducción de los buses, solo el Usuario se siente satisfecho con el costo actual del servicio y el cumplimiento de las rutas y frecuencias.

Silva N. y Torres C. (2017) “Calidad de servicio del transporte urbano en la ciudad de Cuenca. El proyecto de investigación tuvo como finalidad determinar elementos preponderantes de la calidad del transporte urbano de pasajeros. La investigación fue de tipo cuantitativo y con un diseño de investigación descriptivo, se recogió datos mediante una encuesta al conductor de la empresa de taxis y usuarios en la ciudad de Cuenca. Se concluyó determinando una gran variedad de mejoras que permitirá ofrecer una excelente calidad de servicio de transporte urbano, esto incluye: capacitar a los conductores con relación al trato del usuario del servicio, mejorar la ubicación de los paraderos, dar mantenimiento adecuado a los buses.

“Villanueva E. (2017). La aplicación Lean service en la empresa de transporte Roluesa SAC para obtener la mejora en la competitividad.”, Los Olivos. El proyecto de investigación tuvo como finalidad mejorar la competencia mediante un plan de lean service, con la investigación de tipo aplicada, según su naturaleza cuantitativa y descriptiva. El diseño es experimental del tipo cuasi experimental y por su alcance temporal longitudinal, con una población censal ya que la muestra es igual a su población no existiendo muestreo. La técnica para la recolección de la data fue la observación como instrumento la ficha de registros de la data, se llevándose a cabo la aplicación del Lean Service en 6 fases: diagnóstico y formación, lanzamiento, diseño del plan de mejora, estandarización y servicio continuo, estabilización de la mejora. Llegando a la conclusión, con resultados estadísticos de los datos obtenidos durante el mes, se aumentó la calidad del servicio, demostrando la mejora de la productividad, llegando a disminuir los costos del mismo.

Mendoza K. 2017. Realizo en la empresa pública interprovincial” Entrafesa SAC., Trujillo análisis de la Calidad del servicio y satisfacción del usuario del

transporte. El proyecto de investigación tuvo como propósito que se constituya en un valioso aporte que permita comprobar la sostenibilidad de la empresa Entrafesa SAC. Trujillo a través de la calidad del servicio con satisfacción al usuario; La investigación es de tipo aplicada, según su naturaleza cuantitativa, proyecto descriptivo. La técnica para recolectar la data fue la encuesta, como instrumentos se utilizó un cuestionario. En conclusión, la empresa de transporte Entrafase SAC., debe mejorar el desempeño de los conductores con respecto a la atención del usuario, además la empresa realiza sus capacitaciones de manera eventual, notándose la falta de estrategias así como las charlas a diario.

“Reyes M. (2016) Medio la calidad de servicio al consumidor de la compañía de transporte EMTRUBAPI S.A.C” aplicando el modelo Servqual. Universidad Nacional de Piura. Proyecto que tuvo como propósito de mejorar la calidad de servicio que se debe brindar al cliente mediante el FODA de la compañía de EMTRUBAPI S.A.C. Se empleó la investigación de tipo descriptivo, con diseño no experimental, la población empleada para el análisis de la investigación fueron los usuarios de la compañía de transporte EMTRUBAPI SAC que gozaban del uso del servicio, muestra igual a la población, las técnicas para recolectar la data fue la encuesta y la mediante la observación, obteniendo como resultado que la compañía EMUTRABAPI SAC., no lograba la satisfacción ni cumplía con las expectativas de sus usuarios en cuanto a sus elementos visibles del servicio mismo, no cuenta con modernos equipos, sus instalaciones físicas son poco atractivas, ni agradables siendo atractivas los materiales relacionados al servicio, no son de los más adecuados.

A continuación, se mencionan las teorías relacionadas con respecto al tema.

Según, Griful y Canela (2010), define a la calidad como el cumplimiento del atributo deseable del producto o servicios, mientras que al valor del mismo cumpla con la satisfacción de los usuarios o cliente del mismo, en cuanto en referencia al uso del producto es que sea adecuado para que cumpla con lo previsto así como en la producción, que se plasme los parámetros.

Por otro lado, Matsumoto Nishizawa (2014), señala que la calidad del servicio es el resultado de una evaluación mediante un proceso, en donde el cliente

comprueba sus posibilidades frente a sus percepciones. Esto quiere decir, que la medición de la calidad se hace mediante la variación del servicio que requiere el consumidor, y el que recibe de la empresa. Para el cual propone el modelo Servqual, que como señalan Zeithaml, Bitner y Gremler (2009) está conformado por cinco dimensiones:

- **Fiabilidad:** Se representa a la destreza para elaborar el servicio propuesto de forma cuidadosa y fiable. Esto quiere decir que la compañía cumpla con sus ofrecimientos sobre entregas, abastecimiento del servicio, solucionar problemas y fijar precios de una manera cuidadosa y que sea fiable.
- **Sensibilidad:** Es la habilidad para ayudar a los clientes, dar un servicio óptimo con respecto a la atención y las prontas solicitudes a tratar, responder inquietudes y quejas de los usuarios, y solucionar dudas.
- **Seguridad:** Se refiere al conocimiento, habilidades y atención por parte de los empleados para inspirar credibilidad y confianza.
- **Empatía:** Es el nivel de atención particularizada que otorgan las compañía a su cliente. Se debe transferir por medio de un servicio adecuado y al gusto de sus clientes.
- **Elementos tangibles:** Es la figura física, medios físicos, como la infraestructura, equipos, materiales, personal.

A continuación la siguiente figura 1 según modelo del Servqual

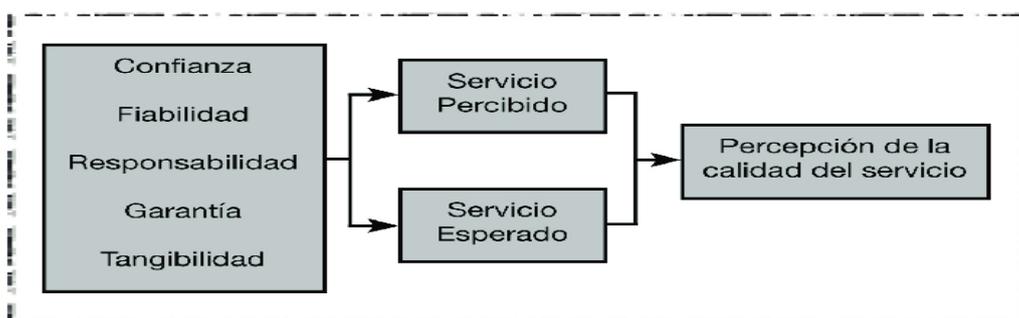


Figura N° 1 Modelo Servqual

Fuente: Zeithaml y Parasuraman (2004 p. 16)

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, p. 44) definen al vacío o gap como una secuencia de variaciones existentes respecto a las apreciaciones de la calidad de

servicio de los directivos y las obras agrupadas con el servicio que se da a la clientela.

Los factores de deficiencia afectan o dificultan en dar un servicio de alta calidad que son percibidos por los clientes.

Los autores del Servqual como Parasuraman, Zeithaml, y Berry (1988) proponen el modelo de los cuatros brechas o gap:

Gap 1: Desigualdad entre las percepciones de los directivos y las expectativas de los usuarios.

Gap 2: Desigualdad entre las especificaciones o normas de calidad y las percepciones de los directivos.

Gap 3: Desigualdad entre la prestación del servicio y especificaciones de la calidad del servicio.

Gap 4: Desigualdad entre la comunicación externa y prestación del servicio.

Gap 5: Desigualdad entre las expectativas del consumidor sobre la calidad del servicio y las percepciones que tiene del servicio. Esta brecha representa la desigualdad entre las expectativas que se generan los clientes antes de recibir el servicio, y la percepción que obtienen del mismo una vez recibido.

En la siguiente Imagen 2 se muestra el modelo de las 5 brechas o gap usuario – empresa.

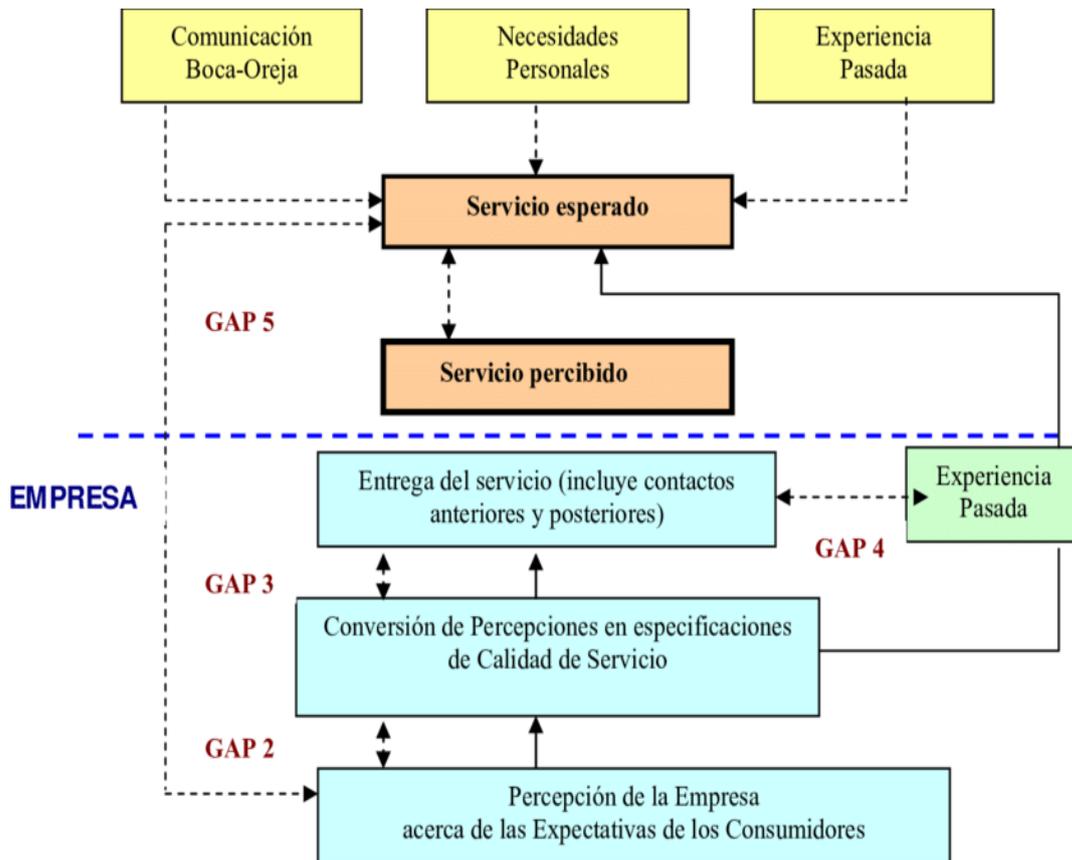


Figura N° 2: Modelo de las brechas

Fuente: Zeithaml, Berry y Parasuraman (1985).

Además se optó por adaptar el diagrama de Ishikawa

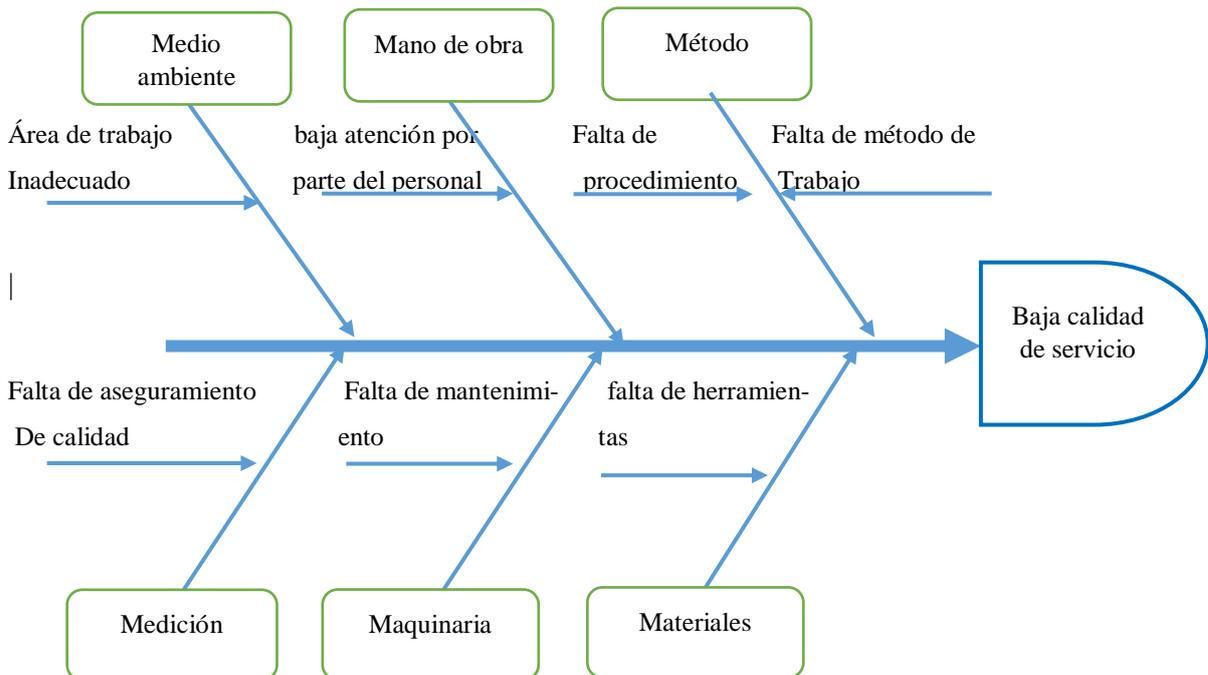


Figura N° 3: Diagrama de Ishikawa de la Empresa de Transporte Pariñas SRL.

Elaboración propia

Por otro lado, sobre la filosofía Lean, Womack y Jones (2012), sostienen que la muda o desperdicios es todo aquello que se genera por medio de procesos que realiza el hombre y no genera valor alguno en el producto o servicio, pero consume recursos. Estos desperdicios se deben lograr eliminar, para poder obtener la eficiencia en los procesos.

Para: Laccei (2010) la filosofía de Lean, tomo cómo definición el eliminar las mudas para crear valor en los procesos de la producción del servicio y/o producto, de tal forma que ofrezca bienes y servicios de calidad con más rápidos y reduciendo los costos, ajustando a lo que el cliente desee.

Por otro lado, Quesada, Buehlmann, Arias (2016), señalan que en el pensamiento Lean, todo producto y/o servicio se le debe dar un valor agregado con el propósito de la eliminación de los desperdicios.

Para Alexander Pope (2010), define el desperdicio cuando se producen exagerados productos o se brinda demasiados servicios. De repente tenemos excesiva cantidad de productos generando demasiada espera antes de que el cliente lo requiera. La compañía no solo debe pensar en el cliente final sino también en la calidad del producto necesitado.

Para Handbook (2016), para las compañías el tiempo significa dinero, lo que tiene que ser eliminadas en los procesos de servicio o al generar el producto ya que estas esperas generan dificultades y gastos, así como cambios de disposiciones en la producción, durante la secuencia del mal trabajo o mala distribución en planta con un transporte innecesario.

Para Arias, Buehlmann y Quesada, (2016), el transporte innecesario pueden ser evadidos en todo traslado de información, materiales o bienes, además debemos tener presente que el sobre procesamiento incrementa el riesgo de daño físico.

Para Dinas, Rivera y Franco (2010), El movimiento innecesario es cuando el operario ejerce en su trabajo movimientos que no aporta valor alguno, esto ocurre principalmente cuando existe una falta de clasificación y falta de orden en su puesto de trabajo.

Mientras que: Handbook (2016), considera que el movimiento innecesario, son los pasos agregados, ejecutados por el empleado en el equipo para adecuarse a un layout ineficiente, exceso de inventario, fallas o reelaboración en la fabricación.

Para Araujo (2011), los productos en mal estado son los productos que no tienen la calidad que se demanda y se hallan por debajo de las descripciones constituidas, lo que genera reproceso, rechazo e inspección.

Para Horillo (2010), Lean Service es aliado de Lean manufacturing, este permite gestionarse con gran éxito los retos relacionados con una serie de principios, y herramientas integrados, costos, calidad y nivel de entrega.

Según Vizán y Hernández (2013), el valor agregado es por lo definitivo toda actividad que presente el mismo fin de cambiar las materias primas a un producto o servicio final que algún consumidor pretende comprar. No obstante, hay actividades que son necesarias para la obtención del producto o servicio aunque añaden valor, tienen que ser admitidas y no pueden ser eliminadas. Para estos autores, el Lean service tiene varios principios, desde el factor humano y la forma de laborar; los guías que enseñan a los demás, introducen en la organización la teoría de mejora continua, examinando funciones, procesos que son innecesarios para eliminarlos, descentralizan la toma de decisiones; desde el punto de las medidas operacionales y técnicas a utilizar, los principios son la creación del flujo continuo que permita diferenciar las dificultades, plasmando tareas, implementando la mejora continua y eliminando los despilfarros.

Para López y Gonzales (2015), el Lean service es la creación de valor entorno al servicio que se ofrece identificando una secuencia y optimización de una serie de actividades, el cual se enfoca en distribuir y brindar lo que el cliente cubra sus necesidades y satisfacción, lo cual se basa en 5 principios fundamentales:

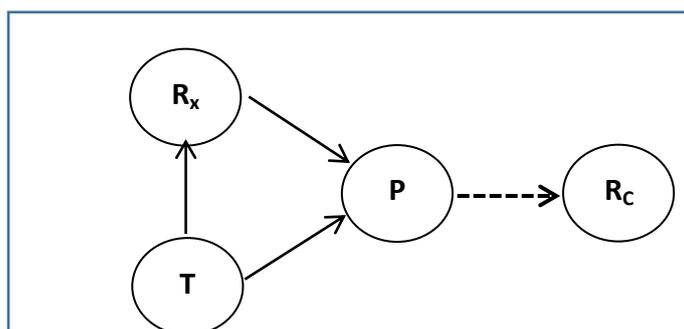
- Creación de valor para el consumidor: La creación de valor significa que el servicio que se brinda logre cubrir la necesidad del cliente.
- Flujo de valor: Se basa en analizar la secuencia de las actividades que generen un valor agregado el cual haga sentir al cliente satisfecho.
- Flujo: Es optimizar la serie de actividades del servicio, por el que añade un valor bajo a la percepción del cliente.
- Pull: Es la distribución de la demanda del cliente a través de la cadena de valor que permita entregar de una manera efectiva la demanda del cliente.
- Tensión por la perfección: En el ámbito del servicio debe enfocarse en las expectativas del cliente ofreciendo exactamente lo que el cliente quiere y para cuando lo quiere.

### III. MÉTODO

#### 3.1 Tipo y Diseño de investigación

La investigación se desarrolló de forma metodológicamente por medio del diseño no experimental, transaccional descriptivo. Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) el investigador no manipula deliberadamente variables para el diseño no experimental, para analizarlo solo se dedica a observar el fenómeno tal y como se da en su contexto natural. También se puede determinar cómo diseño transaccional descriptivo por la recolección de la data en un único tiempo con el propósito de describir las variables y analizar su ocurrencia en el momento dado.

Para presente caso del estudio el interés investigativo del autor no fue solo describir la calidad del servicio que brinda la compañía de transporte Pariñas SRL, sino, elaborar una propuesta de mejora, que consiste en un diseño para la implementación del Lean service. De esta manera el diseño de investigación señalado por Hernández, et al. (2010) fue complementado con un diseño Propositivo (Chiroque, et al, 2006) lo que permite sintetizar de la siguiente manera:



**Figura N° 4: Diseño Propositivo**

Fuente: Chiroque et al, 2006

**Donde:**

Rx: Diagnóstico de la realidad (calidad del servicio de transporte en la compañía)

T: Aportes teóricos

P: Propuesta (diseño para la implementación del Lean service)

Rc: Realidad cambiada

### 3.2. Variables y Operacionalización.

Las variables de la presente investigación son la caracterización variable independiente y la variable dependiente. La matriz de Operacionalización se puede ver en la Tabla anexo 2.

### 3.3 Población y Muestra

Para la investigación se tomó como población a todos los clientes que hacen uso de los servicios de Transporte de la Empresa “Pariñas S.R.L.”, que en este caso, constituyen una población infinita, por lo tanto, fue necesario calcular una muestra.

Para hallar la muestra se usó la fórmula para poblaciones infinitas, cuya expresión es:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

En donde:

Z= 1.96 nivel de confianza

p= 0,5 probabilidad de éxito

q= (1-p)

d= 0,075 (se ha considerado un error de 7,50% para el modelo del estudio)

Aplicando la fórmula se obtuvo como resultado 171, esto quiere decir que fue necesaria una muestra de 171 beneficiarios que gozan del servicio de transporte de dicha compañía para contar una investigación fiable.

#### 2.3.1 Muestra

Se seleccionó a los 171 clientes de la muestra, en el terminal de la empresa, de manera aleatoria, durante un periodo de 20 días, aplicándoles un cuestionario.

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

En las Técnicas de recolección de datos

Para Méndez (1999), la técnica para recolectar la data son documentos o hechos el cual, él investigador acude, permitiéndole contar con la información necesaria.

La técnica, es el medio que se emplea para recolectar la información: La técnica empleada fue la encuesta.

En la Encuesta:

Para Richard L. Sandhusen (2002), es una serie de preguntas que se le realiza a las personas ya sea personales, telefónicas o por correo obteniendo como resultado información sistemática.

Se realizó la encuesta mediante un cuestionario a los clientes, que nos permite medir la fiabilidad, la empatía, sensibilidad, seguridad y elementos tangibles de la empresa de transporte Pariñas S.R.L.

En los Instrumentos para recolectar los datos:

Para Sabino (1996), un instrumento para recolectar la data es el recurso de que pueda acceder el investigador para aproximarse a los fenómenos y sacar información de ello.

El cuestionario que se aplicó en este trabajo de investigación, fue elaborado a partir de la siguiente dimensión del modelo Servqual: fiabilidad, seguridad, sensibilidad, elementos tangibles y empatía, permitiendo conocer la opinión de los clientes respecto de la calidad del servicio que ofrece la compañía de transporte Pariñas S.R.L.

En la Validez y confiabilidad de instrumentos

Para Hurtado (2012), la validez y la confiabilidad que se visualizan de modo en que los instrumentos se ajusten a la necesidad de la investigación.

Los instrumentos fueron validados por 3 jueces expertos, todos ellos maestros y docentes de Ingeniería Industrial de la Escuela Profesional de la Universidad César Vallejo, y como los instrumentos son de tipo técnico, no necesitan determinar la confiabilidad. En el anexo 3 se muestran estos instrumentos.

### **3.5 Procedimientos**

El desarrollo de los objetivos específicos se realizó mediante el modelo de servqual que es la fiabilidad, seguridad, sensibilidad, empatía y elementos tangibles, a continuación, se confeccionó dos cuestionarios a base del modelo Servqual, las expectativas de los clientes, percepciones de los consumidores. El cuestionario tuvo como opciones de respuesta una escala Lickert del uno al cuatro donde; Uno: totalmente en desacuerdo, Dos: en desacuerdo, Tres: de acuerdo, Cuatro: totalmente de acuerdo.

Luego se encuestó a los 171 clientes del total de la muestra, la encuesta se hizo en el paradero principal Talara baja, o dentro de los vehículos entregando lapiceros, y el cuestionario de expectativas y percepciones para que los mismos usuarios respondan a las preguntas, para luego poder hacer los cálculos correspondientes y medir su calidad de servicio que ofrece la compañía de Transporte Pariñas S.R.L.

### **3.6 Métodos de análisis de datos**

Para Arias (2004), el método para analizar la data se describe en las diferentes operaciones a las que será sometida la información que se obtenga.

Recogidas las expectativas y percepciones del cliente mediante el cuestionario, se realizaron una serie de procedimientos matemáticos en MS Excel, para luego proceder al análisis cuantitativo de los datos.

En primer lugar, se calcularon las calificaciones de Servqual, el resultado de cada pregunta se obtuvo de la variación entre la puntuación de la expectativa y la puntuación de la percepción.

En segundo lugar, para hallar la media se tuvo que sumar las calificaciones Servqual que se otorgaron a la declaración que le corresponde a cada criterio y su total se dividió entre el número de declaraciones que corresponde a ese criterio.

Finalmente se sumaron las calificaciones individuales de “n” (obtenida en el paso 1) y el total se dividió entre “n”.

### **3.7 Aspectos éticos**

El investigador se compromete con respetar la confidencialidad de los datos obtenidos en la compañía de Transporte Pariñas S.R.L.

Se deja constancia del compromiso del autor en la ejecución del proyecto es para contribuir con mejoras para el futuro en la empresa obteniendo como único beneficio el aprendizaje.

Además, se garantiza que la data se manejó con honestidad y los procesamientos son imparciales, siendo sus resultados, el reflejo de la data obtenida en el campo.

#### IV. RESULTADOS

Para determinar la fiabilidad del servicio que ofrece la compañía de Transporte Pariñas S.R.L. Se observó los ítems según el modelo servqual y se seleccionó 2 puntos más resaltantes, relacionándolo la empresa para después agregarlos y efectuar las encuestas a los clientes, y obtener los resultados.

Ítems	Expectativas		Percepciones	
	Media	DS	Media	DS
Está satisfecho(a) con el servicio que ofrece la empresa	3.33	0.60	3.33	0.90
La compañía se preocupa por ofrecer un mejor servicio.	3.47	0.50	2.80	1.01
Total de valor medio (expectativas y percepciones)	6.80		6.13	
Calificación Servqual = P- E (valor medio P - Valor medio E)	-0.67			

Tabla 1: Fiabilidad del servicio

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

#### Análisis e interpretación

En la Tabla 2, se observa un puntaje máximo valor de la media de la expectativa y un menor valor de la media de la percepción, con estos resultados se ejecutó la fórmula de calificación Servqual el cual es negativa. Esto significa que el cliente no se siente muy satisfecho con el servicio que ofrece la empresa Pariñas S.R.L.

De la misma forma también se obtuvieron resultados de la fiabilidad del servicio en % indicado en el Anexo 4 tabla N° 02

Para determinar el nivel de sensibilidad del servicio que ofrece la compañía de transporte Pariñas S.R.L. Se observó los ítems del modelo servqual, se seleccionó 2 puntos más resaltantes, relacionándolo con la empresa, para después agregarlos y efectuar las encuestas a los clientes, y obtener los resultados.

Ítems	Expectativas		Percepciones	
	Media	DS	Media	DS
Tiene algún reclamo o queja con respecto a la labor que desarrollan los empleados en la empresa.	3.27	0.77	2.27	1.16
Los empleados están dispuestos al servicio que usted requiere.	3.07	0.57	3.20	0.86
Total	6.34		5.47	
Calificación Servqual = P- E (valor medio P- Valor medio E)	-0.87			

Tabla 2: Sensibilidad del servicio

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Análisis e interpretación:

En la Tabla 3, se aprecia, que las expectativas de los clientes son mayores que sus percepciones, obteniéndose una calificación Servqual negativa de -0.87. Esto significa que el cliente no se siente muy satisfecho con el servicio que ofrece la empresa Pariñas S.R.L.

Es importante reconocer que de las encuestas de percepciones y expectativas a los clientes también se obtuvieron resultados de la sensibilidad del servicio en % indicado en el Anexo 4 tabla N° 03.

Para identificar la seguridad de servicio que brinda la empresa de transporte Pariñas S.R.L. De los ítems del modelo servqual, se escogió 2 puntos más resaltantes luego se identificó con el servicio que se le ofrece al usuario. Para después agregarlos, efectuar las encuestas a los clientes y obtener los resultados

Ítems	Expectativas		Percepciones	
	Media	DS	Media	Ds
El comportamiento de los empleados le infunde confianza.	3.47	0.50	3.27	0.80
Los empleados de la empresa les brindan cortesía al ofrecer el servicio.	3.13	0.72	3.40	0.74
Total	6.60		6.67	
Calificación Servqual = P- E (valor medio P- Valor medio E)	0.07			

Tabla 3 Seguridad del servicio

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

#### Análisis e interpretación:

De acuerdo al resultado obtenido por la encuesta, en la Tabla 4 se identificó un puntaje máximo valor de la media de la percepción y un menor valor de la media de la expectativa, con estos resultados se efectuó la fórmula de calificación Servqual. Esto significa que el cliente siente que la empresa le brinda seguridad.

De la misma forma se obtuvieron resultados de la seguridad del servicio en % indicado en el Anexo 4 tabla N° 04

Para identificar la empatía del servicio que ofrece la compañía Pariñas SRL. Talara. De los ítems del modelo servqual, se escogió 2 puntos más resaltantes luego se identificó con el servicio. Para después agregarlos y efectuar las encuestas a los clientes y obtener los resultados.

Ítems	Expectativas		Percepciones	
	Media	DS	Media	DS
Se siente satisfecho(a) con la atención que le brindan los empleados.	3.20	0.40	3.00	0.85
Se siente satisfecho(a) con la tarifa actual del servicio.	3.33	0.60	2.75	0.80
Total del valor medio (expectativas y percepciones)	6.53		5.75	
Calificación Servqual = P- E (valor medio P- Valor medio E)	-0.78			

Tabla 4 Empatía del servicio

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

#### Análisis e interpretación:

Del resultado obtenido por la encuesta sobre las expectativas y percepciones del usuario, en la Tabla 5 se puede observar, que en cuanto a la atención y las tarifas, los usuarios tienen expectativas mayores que las percepciones, con valores medios el puntaje máximo y puntaje mínimo; por lo tanto, no existe empatía en el servicio, por lo que en la calificación Servqual resultó un valor negativo.

De la misma forma se obtuvieron resultados de la fiabilidad del servicio en % indicado en el Anexo 4 tabla N° 05

Para analizar los elementos tangibles del servicio que ofrece la compañía Pariñas SRL Talara. De los ítems del modelo servqual, se escogió 2 puntos más resaltantes, y luego se analizó los aspectos importantes para mejorar el estado en que se encuentra los vehículos. Para después agregarlos y efectuar las encuestas a los clientes y obtener los resultados.

Ítems	Expectativas		Percepciones	
	Media	DS	Media	DS
Los vehículos de la empresa brindan comodidad.	3.40	0.61	3.20	0.77
Se siente satisfecho(a) con la limpieza de los vehículos.	3.40	0.49	3.20	1.08
Total	6.80		6.40	
Calificación servqual = P- E (valor medio P- Valor medio E)	-0.40			

Tabla 5 Elementos tangibles

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Análisis e interpretación:

En la Tabla 6 se observa y analizan los resultados obtenidos de las expectativas y percepciones de los usuarios con relación a la comodidad y limpieza de los vehículos de la compañía. Las expectativas de los usuarios son mayores, y las percepciones es menor, por lo que la evaluación Servqual resulta negativa. Esto significa insatisfacción con relación a los elementos tangibles de la empresa.

De la misma forma se obtuvieron resultados de la fiabilidad del servicio en % indicado en el Anexo 4 tabla N° 06

## V. DISCUSIÓN

A partir de los resultados encontrados y haciendo una comparación entre los objetivos específicos propuestos en el reciente trabajo de investigación se realizó un análisis de la discusión de los resultados obtenidos como aspecto fundamental.

Una vez que se ha obtenido el resultado de la investigación se hizo una confrontación entre los objetivos propuestos en el reciente trabajo de investigación con respecto al resultado presentados por, Morán Villafuerte en su estudio de la calidad del servicio a través de un análisis en la empresa de transporte urbano de buses en la ciudad de esmeraldas desde la óptica del usuario”, Mendoza Ramírez en su tesis realizo la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de la compañía Emtrafesa S.A.C. Trujillo 2014, BR. Marisol Reyes Palacio en su estudio realizo la aplicación del modelo servqual para medir la calidad del servicio para el usuario de la compañía Emtrubapi S.A.C., año 2016- Piura”, Estos estudios se enfocan al estudio de la calidad del servicio que ofrecen la compañía determinada a través de técnicas de estudio en donde se muestra una variación entre sus fortalezas y sus oportunidades de mejora en las compañías, de igual manera en la Empresa de Transporte Pariñas SRL. en la actualidad presenta una serie de fallas en el servicio que ofrece y en ello se refleja en la mayoría de sus dimensiones de estudio, lo cual es una problemática que se vive en esta compañía en la ciudad de Talara.

De acuerdo a los resultados que se observó de los trabajos de investigación se hizo una confrontación donde se determinó la fiabilidad del servicio, y se obtuvo que:

El autor Gabriel Morán Villafuerte en su tesis “Análisis a la calidad del servicio de Transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas desde la óptica del cliente”, en su investigación, los usuarios califican de manera general el servicio de transporte urbano de buses de la ciudad Esmeraldas en donde la mayor parte de los clientes que perciben el servicio opinan es regular con un

82,31% y una mínima parte de los usuarios el 0,74% califican que es muy bueno.

Según la autora Karen Lisset Mendoza Ramírez en su tesis: Calidad de servicio y satisfacción del usuario de la compañía Pública Interprovincial Emtrafesa S.A.C. En su investigación los clientes encuestados califican la satisfacción del servicio de la compañía Emtrafesa S.A.C. Se observó que el 54% se siente muy satisfecho, y solo el 1% de los usuarios se siente muy insatisfecho.

La autora Marisol Reyes Palacios en su trabajo de investigación “Aplicación del Modelo Servqual para medir la calidad del servicio de Transporte Emtrubapi S.A.C. 2016 Piura”. La autora en las encuestas que hizo a los usuarios adaptó los resultados de manera general con respecto a la fiabilidad del servicio y lo clasificó en expectativas y percepción del cliente, el cual se observó que 45,5% es muy alta esto quiere decir que los usuarios tienen como expectativas que la compañía ofrece un mejor servicio y una vez que el cliente percibe el servicio solo el 7,4% dicen que es muy alta el servicio cuando el 19,8% es muy bajo. En el presente trabajo de investigación comparando el resultado de la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L. Talara 2019 a los usuarios, se asemejan al trabajo de investigación de la autora Marisol Reyes Palacios, ya que se obtuvieron por medio de encuestas que el 50% califican como alto esto quiere decir que los usuarios esperan por parte de la compañía mejore su servicio y una vez que el cliente percibe el servicio el 36,67% lo califica como alto, es decir que el usuario no se siente satisfecho con el servicio de la Empresa Pariñas S.R.L.

Según los resultados que se observó de los trabajos de investigación se hizo una confrontación donde se determinó la sensibilidad del servicio, y se obtuvo que:

Para el autor Morán Villafuerte en su tesis “Análisis a la calidad del servicio que ofrece la empresa de Transporte desde la óptica del cliente”, él en su investigación, los usuarios califican el cumplimiento de las rutas y frecuencias del servicio de transporte urbano de buses de la ciudad Esmeraldas en donde

se observó un puntaje bueno de 44,96% la mayor parte de los clientes perciben la sensibilidad del servicio opinan y solo el 8,11% opinan que la sensibilidad del servicio es mala .

La autora Karen Lisset Mendoza Ramírez en su tesis: Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa Emtrafesa S.A.C. En su investigación los clientes encuestados califican los servicios brindados en diferentes lugares que ofrece la empresa Emtrafesa S.A.C. Se obtuvo que el 48% de los clientes opinan que el servicio percibido es excelente, y solo el 1% estiman que es malo.

La autora Marisol Reyes Palacios en su trabajo de investigación “Aplicación del Modelo Servqual para medir la calidad del servicio de Emtrubapi SAC.”. La autora en las encuestas que hizo a los usuarios adapto los resultados de manera general con respecto a la sensibilidad del servicio en expectativas y percepción del cliente, el cual se observó que califica 39,7% es alto esto quiere decir que la mayoría de los usuarios encuestados tienen como expectativas sobre el personal de la empresa Emtrubapi S.A.C informe, brinde una atención puntual , estén dispuesto a ayudar y tengan un tiempo disponible para atender las consultas de los usuarios y una vez que el cliente percibe el servicio solo 25,6% no opinan sobre el servicio que brinda los empleados, seguido de un puntaje alto de 19,8% como se observa que es menor al puntaje anterior. En cambio, la sensibilidad del servicio que ofrece la Empresa de Transporte Pariñas SRL. Talara 2019 a los usuarios en donde se obtuvieron resultados mediante encuestas el 60% califican como alto, los clientes esperan que los empleados estén dispuestos al servicio del pasajero, por otro lado, solo el 30% de los usuarios perciben este indicador.

De acuerdo a los resultados que se observó de los trabajos de investigación se hizo una confrontación donde se identificó la seguridad del servicio, y se tuvo que:

Según Morán Villafuerte en su tesis “Análisis a la calidad del servicio de Transporte desde la óptica del cliente”, en su trabajo se observa que el autor toma como seguridad la expectativa en donde el chofer debe de brindar un

buen trato a los usuarios capacitándolos el cual la mayor parte de los usuarios el 70,76% están de acuerdo.

Karen Lisset Mendoza Ramírez en su tesis: Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa Emtrafesa S.A.C., la mayoría de los usuarios prácticamente el 72% se siente seguros y el 12% no están seguros con el servicio que ofrece la compañía Emtrafesa S.A.C.

Para Marisol Reyes Palacios en su trabajo de investigación “Aplicación del Modelo Servqual para medir la calidad de servicio que ofrece la compañía Emtrubapi S.A.C.”. en los resultados se observa con respecto a la seguridad del servicio el 50,4% de los usuarios tienen como expectativas que la empresa Emtrubapi S.A.C les brinde mayor confianza y seguridad, una vez que el cliente percibe el servicio solo el 23,1% se sienten seguros con el servicio de la compañía Emtrubapi S.A.C. Por otro lado haciendo una comparación los resultados de los anteriores trabajos de investigación en la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L. Talara 2019 se observó, el 16.67% de los usuarios califican como alto el servicio que ofrece la empresa, y el 50% de los usuarios califican como muy alto esto quiere decir que se sienten seguros con respecto a la confianza y la cortesía que brindan los empleados.

Según los resultados que se observó de los trabajos de investigación se hizo una comparación donde se identificó la empatía del servicio, y se obtuvo que:

Para Morán Villafuerte en su tesis “Análisis a la calidad del servicio de Transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas desde la óptica del cliente”, el autor toma como empatía la calificación del costo actual de la tarifa del servicio en donde la mayoría de los usuarios el 49,14% opinan que el costo es bueno y solo el 4,42% es malo.

La autora Karen Lisset Mendoza Ramírez en su trabajo de investigación: Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la compañía Emtrafesa SAC., ella considera como empatía del servicio los precios brindados a los clientes en donde el 21% y 36% opinan que los precios que perciben son muy

económicos y económicos por otro lado el 19% de los usuarios los precios son muy costoso.

Para Marisol Reyes Palacios en su trabajo de investigación “Aplicación del Modelo Servqual para medir la calidad de servicio que ofrece la compañía Emtrubapi S.A.C.”. en los resultados se observa con respecto a la empatía del servicio el 50,4% de los usuarios tienen como expectativas que la empresa Emtrubapi SAC les brinde un servicio con mayor atención personalizada y prioridad , una vez que el cliente percibe el servicio que el 21,5% se sienten satisfecho con el servicio de la compañía Emtrubapi S.A.C. Por otro lado, comparando resultados con la Empresa de Transporte Pariñas SRL. Talara 2019 se observó en la empatía las siguientes características de expectativas, la satisfacción del cliente y a la tarifa actual en el 66, 67% el usuario se siente satisfecho esto quiere decir que la mayoría de los clientes espera una mejor atención y una tarifa adecuada, estos los resultados se asemejan al trabajo de investigación de la autora Marisol Reyes Palacios

De acuerdo a los resultados que se observó de los trabajos de investigación se hizo una comparación donde se analizó los elementos tangibles del servicio, y se tuvo que:

El autor Gabriel Morán Villafuerte en su tesis “Análisis a la calidad del servicio de Transporte urbano desde la óptica del cliente”, el autor toma como elementos tangibles la calificación de la comodidad recibida y limpieza de los buses en donde el 54,55% de los usuarios califican que es regular y el 25,05% es mala.

Karen Lisset Mendoza Ramírez en su trabajo de investigación: Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la compañía de Transporte Emtrafesa S.A.C., la autora considera el elemento tangible del servicio el estado físico mecánico de los vehículos de transporte Emtrafesa S.A.C. El cual el 29% de los usuarios opinan que es excelente el 38% bueno y el 2% esto quiere decir que los usuarios están satisfechos con el servicio de la empresa de Transporte.

Para Marisol Reyes Palacios en su tesis “Aplicación del Modelo Servqual para medir la calidad del servicio de la compañía Emtrubapi S.A.C.”. La autora toma como elementos tangibles del servicio, los equipos modernos instalaciones físicas, apariencia del personal y los materiales asociados de la compañía Emtrubapi S.A.C. En donde 62,8% de los usuarios esperan con esos aspectos del servicio de la empresa y el 33.1% no opinan seguido por el 18,2% opinan que es bajo. Por otra parte llegando a una comparación de resultados con la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L. Talara 2018 los elementos tangibles son la comodidad y limpieza de los vehículos en donde de manera general el 53.34% de los clientes esperan que la empresa brinden una mayor comodidad y limpieza de los vehículos por otro lado menos de la mitad el 46,67% de los usuarios se siente muy satisfecho, estos resultados son similares con la tesis del autor Gabriel Morán Villafuerte.

## VI. CONCLUSIONES

De la tabla N° 01 del anexo 4 se determinó que la media de la calidad de servicio según las expectativas de los usuarios 3.31, y la media de las percepciones del cliente de 2.99, por lo consiguiente entonces  $3.31 > 2.99$  se concluye que en la actualidad la calidad de servicio de la compañía Pariñas S.R.L. es bajo.

De la tabla N° 01 se determinó la fiabilidad del servicio de la empresa Pariñas S.R.L. de acuerdo a las percepciones del cliente la media es de 6.13 es menor a la media de la expectativas de 6.80, con esto se concluye que: no hay una buena fiabilidad de parte de la empresa ya que el usuario no se siente satisfecho con el servicio que ofrece, ni la empresa se preocupa por mejorar el servicio

En la tabla N° 02 se determinó sensibilidad del servicio de la Empresa Pariñas S.R.L según las percepciones del cliente la media es de 5.47 y las expectativas es de 6.34, se concluye que: no todos los reclamos o quejas por los usuarios son atendidos por la empresa y la mayoría de los empleados no están dispuestos al servicio que requiere el usuario.

En la tabla N° 03 se identificó la seguridad del servicio de la Empresa Pariñas S.R.L en donde el cliente sus percepciones son mayores obteniendo como media  $6.67 > 6.60$  de la media de las expectativas, donde se concluye que los usuarios están satisfechos con la confianza que infunden los empleados y la cortesía que les brinda.

De la tabla N° 04 se identificó la empatía del servicio de la Empresa Pariñas S.R.L. según las percepciones de los usuarios la media es de  $5.75 < 6.53$  de la media de las expectativas, por lo tanto se concluye que: el usuario no se siente satisfecho con la atención que brindan los empleados ni tampoco con la tarifa actual del servicio.

De la Tabla N° 05 se analizó los elementos tangibles de la Empresa Pariñas S.R.L. en donde las percepciones de los clientes la media es de 6.40 menor a de 6.80 de la media de las expectativas, entonces se concluye que: los usuarios no se sienten satisfechos con la comodidad de los vehículos ni la limpieza de los mismos.

## VII. RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos de la propuesta de implementación de Lean Service para mejorar la calidad de servicio en la compañía de Transporte Pariñas S.R.L., se recomienda al gerente y empleados seguir examinando detalladamente los defectos de la empresa con la finalidad de seguir agregando un nuevo valor y una mejora continua.

Para garantizar la fiabilidad del servicio las percepciones del cliente de 6.13 debe ser mayor a la media de las expectativas de 6.80, se recomienda que la empresa debe capacitar al personal de manera continua para que el usuario se sienta satisfecho con el servicio que ofrecen los empleados.

Para garantizar la sensibilidad del servicio las percepciones del cliente la media es de 5.47 deben ser mayor a la media de 6.34 de las expectativas del cliente, por lo tanto se recomienda que las capacitaciones que se le dé a los empleados sea de una manera personal, con la finalidad que entiendan muy bien que el usuario es lo más importante para la compañía.

La seguridad del servicio las percepciones de los clientes 6.67 es mayor a 6.60 expectativas esto debe mantenerse o aumentar, se recomienda que la gerencia les brinde uniforme a los empleados con el logo de la compañía y el nombre de cada trabajador, esto podría ser identificados por los usuarios el cual se sentirán con mayor confianza y seguridad con el servicio de transporte que se les brinda.

Para garantizar una mejor empatía del servicio las percepciones de los clientes la media es de 5.75 debe ser mayor a la media de 6.53 de las expectativas, se recomienda que la empresa debe designar horarios a los conductores en horas de almuerzo para que el usuario se sienta satisfecho con la atención sobre todo en horas punta y elaborar tarifas adecuadas.

Para garantizar que los elementos tangibles las percepciones de los usuarios la media es de 6.40 debe ser mayor a la media de 6.80 de las expectativas, se recomienda realizar un correcto mantenimiento preventivo a los vehículos y los conductores deben mantener limpios sus unidades para que el usuario se sienta satisfecho con el servicio de comodidad y limpieza del vehículos.

## REFERENCIAS

PAZOS, Eleonora. Las ciudades con mejor y peor transporte en América Latina. BBC Mundo [en línea]. 10 de febrero 2017, n°1 [fecha de consulta: 19 de mayo del 2019]. Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina>

ISSN: 3892-7134

CADENILLAS, Allison. El problema de Transporte también afecta a Provincias 2016. [en línea] diarioelcorreo.pe. 29 de mayo del 2016 [fecha de consulta 19 de mayo 2019]. Disponible en: <https://diariocorreo.pe/peru/el-problema-del-transporte-tambien-afecta-a-provincias-675559/>

SARMIENTO, Andrés . Análisis situacional de la calidad de servicio de transporte público convencional urbano de pasajeros para plantear propuesta de mejora en la ciudad de Guayaquil 2014. Tesis (Ingeniero en gestión empresarial internacional) Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil de Ecuador. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Disponible en <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/2039>

MORÁN, Gabriel. Análisis a la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas desde la óptica del usuario 2016. Tesis (Magíster en Administración de Empresas) Esmeraldas: Universidad Católica de Ecuador. Dirección de investigación y Posgrados. Disponible en <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/702>

SILVA, Nerio, TORRES, Camilo. Calidad de servicio del transporte urbano en la ciudad de Cuenca 2017. Tesis (Ingeniero de Mecánica Automotriz) Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana Ecuador. Ingeniería automotriz. Disponible en <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14263/1/UPS-CT007011.pdf>

VILLANUEVA, Susan. Mejora de la competitividad a través de la aplicación Lean service en la empresa de transporte Roluesa SAC. Los Olivos 2017. Tesis (Ingeniería Industrial) Lima: Universidad César Vallejo Perú. Escuela Profesional de Ingeniería Industrial. Disponible en <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/12070>

MENDOZA, Karen. Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa de transporte público interprovincial Entrafesa SAC. 2012. Tesis (Licenciada en Administración) Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo del Perú Escuela Académico Profesional de Administración. Disponible en <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/2859>

REYES PALACIOS Marisol. Aplicación del modelo Servqual para medir la calidad de servicio al cliente de la empresa de transporte Emtrubapi S.A.C, Piura 2016 Tesis (Licenciada en Ciencias Administrativas) Trujillo: Universidad Nacional de Piura del Perú. Escuela Profesional de Administración Facultad de Ciencias Económicas. Disponible en <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/1084>

NISHIZAWA Matsumoto. Revista Científica América Latina [en línea] octubre 2014 n°. 34 [fecha de consulta: 08 de octubre del 2019] Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>

Pensamiento de lean. vtechworks.lib.vt.edu. Disponible en <https://vtechworks.lib.vt.edu/bitstream/handle/10919/87901/CNRE-33S.pdf?sequence=1>

ALEXANDER POPE Desperdicio Lean: Sobreproducción [en línea] 20 de abril 2018[fecha de consulta 10 de junio del 2019] Disponible en <https://fideliscustomer.com/2018/04/20/desperdicio-lean-sobreproduccion/>

LOPEZ. Revista Espacios [en línea] 2018 n°. 07 [fecha de consulta: 15 de septiembre del 2019] Disponible en <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p09.pdf>

Calidad y excelencia [metodologías lean. Lean service], F., (12 de agosto del 2013). [Fecha de consulta [17 de septiembre del 2019]. Recuperado de: <https://www.isotools.org/2013/08/12/metodologias-lean-lean-service/>

REVISTA Brasileira de Marketing [en línea].Sao Paulo: Universidade Nove de Julho, 2011[fecha de consulta: 18 de septiembre del 2019]. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>

REVISTA de Ciencias Administrativas y Sociales [en línea] Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2005[fecha de consulta: 20 de septiembre del 2019].Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>

ARMARIO, Enrique M. Director de la colección Marketing Estratégico [en línea].Madrid: De la calidad del servicio a la fidelidad del cliente, 2004[fecha de consulta: 22de septiembre del 2019]. Capítulo 5. La fidelidad del cliente Disponible en <https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMjoBcC&printsec=frontcover&dq=calidad+de+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi3h-Oex7TmAhWjIbkGHcxSCDkQ6AEIJzAA#v=onepage&q=calidad%20de%20servicio&f=false>

ISBN: 84-7356-371-9

Publicaciones Vertice S.L [en línea]. Málaga: La calidad en el servicio del cliente, 2008[fecha de consulta 22 de septiembre del 2019]. Tema. Gestión de la calidad en el servicio. Disponible en <https://books.google.com.pe/books?id=M5yGtQ5m4yAC&printsec=frontcover&dq=calidad+de+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi3h-Oex7TmAhWjIbkGHcxSCDkQ6AEILTAB#v=onepage&q&f=false>

ISBN: 978-84-92533-71-8

LARREA Angulo, Pedro Editorial Díaz Santos[en línea]. Madrid: Calidad del Servicio del Marketing a la Estrategia, 1991[fecha de consulta 23 de septiembre del2019]

Lean Service [en línea] asenta management consultants [fecha de consulta: 20 de septiembre del 2019] Disponible en: <https://www.asenta.es/metodologias/lean-service/>

Publicación. Ltda. Diciembre del 2016. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/311973843\\_Implementacion\\_del\\_modelo\\_Lean\\_Service\\_en\\_el\\_proceso\\_de\\_recaudo\\_de\\_la\\_Cooperativa\\_de\\_Ahorro\\_y\\_Credito\\_Fincomercio Ltda](https://www.researchgate.net/publication/311973843_Implementacion_del_modelo_Lean_Service_en_el_proceso_de_recaudo_de_la_Cooperativa_de_Ahorro_y_Credito_Fincomercio Ltda)

Publicación colegio de ingenieros. Cl. 10 de diciembre del 2014. Disponible en: <https://www.ingenieros.cl/lean-service-diseno-y-gestion-de-servicios-de-calidad/>

Lean service [en línea]. Grupoevetson.com año2017 [fecha de consulta: 18 de septiembre del 2019]. Disponible en: [https://grupoevetson.com/formacion\\_old/lean-service/](https://grupoevetson.com/formacion_old/lean-service/)

Lean service. Lean Six Sigma Institute Septiembre del 2017[fecha de consulta 19 de septiembre] Disponible en: <https://www.lssi-spanish.org/post/lean-service>

Lean Service una necesidad en los procesos de las organizaciones de servicio [fecha de consulta: 18 de septiembre del 2019]. Disponible en: <https://www.leanmanufacturinghoy.com/el-lean-service-una-necesidad-en-los-procesos-de-las-organizaciones-de-servicio/>

CIFUENTES Sarmiento, Luz. Propuesta de una metodología de Lean Service a través de las herramientas Lean Manufacturing para mejorar el proceso del servicio al cliente en una empresa de servicio de traslado de dinero. Tesis (Magister en Diseño y Gestión de Procesos). Bogotá. Universidad de la Sabana de Colombia, 2015. Disponible en: <https://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/25948>

Lean Service para mejorar la competitividad [ en línea]. Clubexcelencia.org. 28 de septiembre del 2015 [Fecha de consulta 18 de septiembre del 2019]. Disponible en: <https://www.clubexcelencia.org/lean-service-para-mejorar-la-competitividad>

Lean service una necesidad en los procesos de las organizaciones de servicio, segunda parte [en línea] contexto.udlap. 2 de diciembre del 2016 [Fecha de consulta 20 de septiembre del 2019]. Disponible en : <https://contexto.udlap.mx/el-lean-service-una-necesidad-en-los-procesos-de-las-organizaciones-de-servicio-segunda-parte/>

FERRAEZ, Alejandra. Editorial Académica Española [en línea].Madrid: Lean Service un Sistema de Gestión, 2013[fecha de consulta 21 de septiembre del 2019]. Disponible en: <https://books.google.com.pe/books?id=8a5PngEACAAJ&dq=lean+service&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiUvqfWgrXmAhXrErkGHTm8B3EQ6AEIKjAA>

ISBN: 365907506X, 9783659075063

SOCCONINI, Luis. Editorial Marge Books [en línea].Barcelona: Lean Company más allá de la Manufactura, 2019[fecha de consulta 21 de septiembre del 2019]. Disponible en [https://books.google.com.pe/books?id=SDKeDwAAQBAJ&pg=PA317&dq=DEFINICION+DE+LEAN+SERVICE&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjM8b\\_thbXmAhWQwFkKHekyDg8Q6AEIJzAA#v=onepage&q=DEFINICION%20DE%20LEAN%20SERVICE&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=SDKeDwAAQBAJ&pg=PA317&dq=DEFINICION+DE+LEAN+SERVICE&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjM8b_thbXmAhWQwFkKHekyDg8Q6AEIJzAA#v=onepage&q=DEFINICION%20DE%20LEAN%20SERVICE&f=false)

ISBN: 978-84-173-13-98-2

SANCHEZ, José L. Ediciones Díaz Santos [en línea]. Madrid: Lean Manufacturing la evidencia una necesidad, 2010[fecha de consulta 22 de septiembre del 2019]. Disponible en

[https://books.google.com.pe/books?id=mZCh1a3L8M8C&printsec=frontcover&dq=DEFINICION+DE+LEAN+SERVICE&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjM8b\\_thbXmAhWQwFkKHekyDg8Q6AEILzAB#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=mZCh1a3L8M8C&printsec=frontcover&dq=DEFINICION+DE+LEAN+SERVICE&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjM8b_thbXmAhWQwFkKHekyDg8Q6AEILzAB#v=onepage&q&f=false)

ISBN: 978-84-7978-967

LASSA Gomes, Carmen. Ediciones Anaya Multimedia [en línea]. Madrid: Métodos Ágiles. Scrum, Kanban, Lean, 2018[fecha de consulta 23 de septiembre del 2019]. Disponible en [https://books.google.com.pe/books?id=7xVgDwAAQBAJ&dq=DEFINICION+DE+LEAN+SERVICE&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjM8b\\_thbXmAhWQwFkKHekyDg8Q6AEITzAF](https://books.google.com.pe/books?id=7xVgDwAAQBAJ&dq=DEFINICION+DE+LEAN+SERVICE&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjM8b_thbXmAhWQwFkKHekyDg8Q6AEITzAF)

ISBN: 8441537712, 9788441537712

SOCCONINI, Luis. Editorial Marge Books [en línea]. Barcelona: Lean Manufacturing paso a paso, 2019[fecha de consulta 23 de septiembre del 2019]. Disponible en [https://books.google.com.pe/books?id=rjyeDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=DEFINICION+DE+LEAN+SERVICE&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjM8b\\_thbXmAhWQwFkKHekyDg8Q6AEIWDAG#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=rjyeDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=DEFINICION+DE+LEAN+SERVICE&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjM8b_thbXmAhWQwFkKHekyDg8Q6AEIWDAG#v=onepage&q&f=false)

ISBN: 978-84-17903-04-6

CUATRECASAS, Lluís. Profit editorial [en línea]. Barcelona: La máquina que cambio al mundo, 2017[fecha de consulta 24 de septiembre del 2019]. Disponible en: [https://books.google.com.pe/books?id=HktIDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=DEFINICION+DE+LEAN+SERVICE&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjM8b\\_thbXmAhWQwFkKHekyDg8Q6AEIbDAJ#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=HktIDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=DEFINICION+DE+LEAN+SERVICE&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjM8b_thbXmAhWQwFkKHekyDg8Q6AEIbDAJ#v=onepage&q&f=false)

ISBN: 978-84-16583-98-0

DENTON, Keith D. Ediciones Díaz Santos [en línea]. Madrid: Calidad en el servicio a los clientes, 1991[fecha de consulta 25 de septiembre del 2019]. Disponible en: <https://books.google.com.pe/books?id=y3yWnHrzW-0C&pg=PA105&dq=DEFINICION+De+calidad+de+servicio&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjxi9nXkLXmAhV6D7kGHTVfCdcQ6AEIQzAE#v=onepage&q=DEFINICION%20De%20calidad%20de%20servicio&f=false>

ISBN: 84-87189-88-1

MIRANDA González, Francisco Javier. Publicaciones Delta [en línea]. Madrid: Introducción de la Gestión de la Calidad, 2007[fecha de consulta 25 de septiembre del 2019]. Disponible en <https://books.google.com.pe/books?id=KYSMQQyQAbYC&pg=PA241&dq=DEFINICION+De+calidad+de+servicio+al+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjDxJLZkrXmAhX1ILkGHdNeBXsQ6AEIQzAE#v=onepage&q=DEFINICION%20De%20calidad%20de%20servicio%20al%20cliente&f=false>

ISBN: 84-96477-64-9

Publicaciones Vértice S.L [en línea]. Málaga: Aspectos Prácticos de la Calidad del servicio, 2008[fecha de consulta 25 de septiembre del 2019]. Disponible en <https://books.google.com.pe/books?id=SniadKuZkpoC&printsec=frontcover&dq=DEFINICION+De+calidad+de+servicio+al+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjDxJLZkrXmAhX1ILkGHdNeBXsQ6AEIUTAG#v=onepage&q=DEFINICION%20De%20calidad%20de%20servicio%20al%20cliente&f=false>

ISBN: 978-84-92533-72-5

PEREZ Torres, Vanesa Carolina. Editorial Ideas propias [en línea]. Madrid: Calidad total en la atención al cliente, 2007[fecha de consulta 26 de septiembre del 2019]. Disponible en :<https://books.google.com.pe/books?id=xXdBBinORegC&printsec=frontcover&dq=DEFINICION+De+calidad+de+servicio+al+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjDxJLZkrXmAhX1ILkGHdNeBXsQ6AEIXzAI#v=onepage&q=DEFINICION%20De%20calidad%20de%20servicio%20al%20cliente&f=false>

ISBN: 978-84-9839-068-1

Gestión de operaciones [blog sobre la gestión e investigación con tutoriales y ejercicios resueltos de operaciones] F.(2 de febrero del 2016). [ Fecha de consulta: 26 de septiembre del 2019]. Recuperado de <https://www.gestiondeoperaciones.net/gestion-de-calidad/el-modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>

¿Cómo medir el servicio con servqual? [Mensaje en un blog]. España: Juan Luis, F., (26 de septiembre del 2018). [Fecha de consulta 22 de septiembre del 2019]. Recuperado: <https://www.cerem.pe/blog/como-medir-tu-servicio-con-servqual>

RAMOS Choque, Yony. Calidad de servicio y satisfacción al cliente según modelo servqual aplicado a la agencia de viajes y turismo Cusi Expeditions de la ciudad de puno periodo 2016. Tesis (Licenciado en administración). Puno: Universidad Nacional del Antiplano del Perú, Escuela Profesional de administración, 2017. Disponible en: [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RNAP\\_642a18ad2b6db59801877802a2d023cd](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RNAP_642a18ad2b6db59801877802a2d023cd)

Pymes y autónomos.com. 26 de Julio del 2012. Disponible en: <https://www.pymesyaautonomos.com/estrategia/medir-la-calidad-de-un-servicio-el-modelo-servqual>

Escala servqual para medir la calidad en el servicio [en línea]. gestiopolis.com. 16 de Marzo del 2010. Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/escala-servqual-para-medir-la-calidad-en-el-servicio/>

## ANEXOS

### Anexo1. Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Variables	Indicadores	Metodología
Problema General: ¿Cuál es la calidad actual del servicio que brinda la empresa de transporte PARIÑAS SRL?, Talara 2019?	Diseñar una propuesta de implementación de Lean service para mejorar la calidad de servicio en la empresa de transporte Pariñas SRL. Talara	Variable independiente: $X =$ Calidad de servicio	- Satisfacción del cliente - Preocupación de la empresa por los clientes.	Método : aplicativo  Por su naturaleza: Cuantitativa.  Tipo de investigación: Descriptivo.  Diseño : no experimental  Población : Estudio Censal  Técnica: Encuesta  Instrumento: cuestionario a los clientes
Problema específico 1. ¿Cuál es la fiabilidad de servicio que brinda la empresa de transporte Pariñas S.R.L. Talara?	Determinar la fiabilidad del servicio que brinda la empresa de transporte Pariñas SRL. Talara.		- Reclamo del cliente. - Empleados dispuesto al cliente.	
Problema específico 2. ¿Cuál es el nivel sensibilidad del servicio que brinda la empresa de transporte Pariñas S.R.L. Talara?	Determinar el nivel sensibilidad del servicio que brinda la empresa de transporte Pariñas SRL. Talara.		- Confianza del empleado. - Cortesía de los empleados a los clientes. - Trato al cliente. - Fijación de tarifas.	
Problema específico 3. ¿Cuál es la seguridad del servicio que brinda la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L.? Talara?	Identificar la seguridad del servicio que brinda la Empresa de Transporte Pariñas SRL. Talara.		- Comodidad del vehículo. - Limpieza del vehículos - Atención al cliente.	
Problema específico 4. ¿Cuál es el nivel de empatía del servicio que brinda la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L.? Talara?	Identificar el nivel de empatía del servicio que brinda la Empresa de Transporte Pariñas SRL. Talara.		- Proceso de trabajo que realiza la empresa. - Analizar las actividades de los procesos de trabajo.	
Problema específico 5. ¿Cuáles son los elementos tangibles del servicio que brinda la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L.? Talara?	Analizar los elementos tangibles del servicio que brinda la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L Talara.	Variable dependiente: $Y =$ Lean Service	- Lugar de espera de los vehículos y paraderos.  - Expandir la ruta.	

Tabla 6 Matriz de consistencia

Fuente: Elaboración propia

## Anexo 2: Variables y operacionalización

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Calidad del servicio	Es el resultado de un proceso de evaluación, en donde el cliente comprueba sus expectativas de fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y los elementos tangibles frente a sus percepciones.  (Matsumoto Nishizawa, Reina, 2014)	Fiabilidad	Se verificará las percepciones de los clientes sobre la satisfacción del cliente con el servicio que brinda la empresa y la preocupación de la empresa por brindar un mejor servicio a través de la aplicación de un cuestionario estandarizado según el modelo Servqual	Está satisfecho con el servicio que brinda la empresa. La empresa se preocupa por brindar un mejor servicio	Nominal
		Sensibilidad	Se verificará las expectativas de los clientes mediante las quejas y reclamos sobre el servicio, y la disposición de los empleados del servicio a través de la aplicación de un cuestionario estandarizado según el modelo Servqual.	Tiene algún reclamo o queja con respecto a la labor que desarrollan los empleados en la empresa. Los empleados están dispuestos al servicio que usted requiere.	Nominal
		Seguridad	Se verificará las percepciones de los clientes sobre el comportamiento de los empleados infunde confianza y les brinda cortesía en el servicio, a través de la aplicación de un cuestionario estandarizado según el modelo Servqual.	El comportamiento de los empleados le infunde confianza. Los empleados de la empresa les brindan cortesía al ofrecer el servicio.	Nominal
		Empatía,	Se verificará la satisfacción con la atención que brindan los empleados a los clientes y sus expectativas respecto a la fijación de tarifas, a través de la aplicación de un cuestionario estandarizado según el modelo Servqual.	Se siente satisfecho(a) con la atención que le brindan los empleados. Se siente satisfecho(a) con la tarifa actual del servicio.	Nominal
		Elementos tangibles	Se verificará la comodidad y limpieza en que se encuentran los vehículos de la empresa , a través de la aplicación de un cuestionario estandarizado según el modelo Servqual.	Los vehículos de la empresa brindan comodidad. Se siente satisfecho(a) con la limpieza de los vehículos.	Nominal
Lean service	Es la creación de valor en torno al servicio que se ofrece, identificando una secuencia y optimización de una serie de actividades enfocadas en distribuir y brindar lo que el cliente demande, cubriendo su necesidad y satisfacción, dependiendo del valor, flujo de valor , flujo de actividades , pull, y la mejora continua (López y Gonzales, 2015)	Valor	A partir de la revisión teórica y los resultados obtenidos en la investigación, se propondrá brindar una buena atención al cliente con respecto al servicio que se brinda actualmente.	Atención al cliente.	Nominal
		Flujo de valor	A partir de la revisión teórica y los resultados obtenidos en la investigación, se propondrá analizar el conjunto del proceso de trabajo que realiza la empresa, para brindar un servicio al cliente de forma rápida y directa.	Proceso de trabajo que realiza la empresa.	Nominal
		Flujo de actividades	A partir de la revisión teórica y los resultados obtenidos en la investigación, se propondrá, analizar las actividades de cada proceso, que permita mejorar la atención al cliente.	Analizar las actividades de los procesos de trabajo.	Nominal
		Pull	A partir de la revisión teórica y los resultados obtenidos en la investigación, se propondrá los puntos de espera de los vehículos y los paraderos inicial y final, que permita brindar un mejor servicio al cliente.	Lugar de espera de los vehículos y paraderos.	Nominal
		Mejora continua (Tensión a la perfección)	A partir de la revisión teórica y los resultados obtenidos en la investigación, se propondrá expandir la ruta que se brinda a los usuarios, que permita brindar un mejor servicio al cliente.	Expandir la ruta.	Nominal

Tabla 8: Matriz de operacionalización de variables

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 3. Instrumento de recolección de datos.

1 A. Cuestionario de Percepción de los clientes



## CUESTIONARIO DE PERCEPCIÓN DE LOS CLIENTES

**Estimado señor (a):**

Mucho le agradeceré se sirva contestar este cuestionario. Para ello, marque con un aspa en el recuadro que corresponda a su apreciación personal sobre el servicio que brinda la empresa de transportes PARIÑAS SRL de acuerdo a la siguiente escala:

**1: Totalmente desacuerdo 2: En desacuerdo 3: acuerdo 4: Totalmente en acuerdo**

### I. Información general

1.1. Sexo:  Varón  Mujer

1.2. Edad:

1.3. Fecha:

### II. Información específica

Dimensiones	Escala			
<b>Fiabilidad</b>				
1. Está satisfecho(a) con el servicio que brinda la empresa.	1	2	3	4
2. La empresa se preocupa por brindar un mejor servicio.	1	2	3	4
<b>Sensibilidad</b>				
3. Tiene algún reclamo o queja con respecto a la labor que desarrollan los empleados de la empresa.	1	2	3	4
4. Los empleados están dispuestos al servicio que usted requiere	1	2	3	4
<b>Seguridad</b>				
5. El comportamiento de los empleados le infunde confianza.	1	2	3	4
6. Los empleados de la empresa les brinda cortesía al brindarle el servicio.	1	2	3	4
<b>Empatía</b>				
7. Se siente satisfecho(a) con la atención que le brindan los empleados.	1	2	3	4
8. Se siente satisfecho(a) con la tarifa actual del servicio.	1	2	3	4
<b>Elementos tangibles</b>				
9. Los vehículos de la empresa brindan comodidad y seguridad.	1	2	3	4
10. Se siente satisfecho(a) con la limpieza de los vehículos que le brinda el servicio.	1	2	3	4

Muchas gracias.

1 B. Cuestionario de Expectativas de los Clientes.



CUESTIONARIO DE EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES

Estimado señor (a):

Mucho le agradeceré se sirva contestar este cuestionario. Para ello, marque con un aspa en el recuadro que corresponda a su apreciación personal sobre el servicio que brinda la empresa de transportes PARIÑAS SRL de acuerdo a la siguiente escala:

1: Totalmente desacuerdo 2: En desacuerdo 3: acuerdo 4: Totalmente en acuerdo

III. Información general

3.1. Sexo:  Varón  Mujer

3.2. Edad:

3.3. Fecha:

IV. Información específica

Dimensiones	Escala			
<b>Fiabilidad</b>				
1. Que el cliente se sienta satisfecho(a) con el servicio que brinda la empresa.	1	2	3	4
2. Que la empresa se preocupe por brindar un mejor servicio.	1	2	3	4
<b>Sensibilidad</b>				
3. Que tenga algún reclamo o queja con respecto a la labor que desarrollan los empleados de la empresa.	1	2	3	4
4. Que los empleados estén dispuestos al servicio que usted requiere	1	2	3	4
<b>Seguridad</b>				
5. Que el comportamiento de los empleados le infunda confianza.	1	2	3	4
6. Que los empleados de la empresa les brinden cortesía al brindarle el servicio.	1	2	3	4
<b>Empatía</b>				
7. Que se sienta satisfecho(a) con la atención que le brindan los empleados.	1	2	3	4
8. Que se siente satisfecho(a) con la tarifa actual del servicio.	1	2	3	4
<b>Elementos tangibles</b>				
9. Que los vehículos de la empresa brinden comodidad y seguridad.	1	2	3	4
10. Que se sienta satisfecho(a) con la limpieza de los vehículos que le brinda el servicio.	1	2	3	4

Anexo 4. Validación de los instrumentos de recolección de datos

2 A.



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, NÉSTOR JAVIER ZAPATA PALACIOS con DNI N° 02667267 Magister  
en INGENIERIA AMBIENTAL  
N° ANR: \_\_\_\_\_, de profesión ING. INDUSTRIAL  
desempeñándome actualmente como DOCENTE DEL PFD  
en UNIVERSIDAD "CESAR VALLEJO"

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario de expectativas elaborada a clientes de la empresa de Transportes pariñas S.R.L Talara.

Cuestionario de percepción elaborada a clientes de la empresa de Transportes pariñas S.R.L Talara.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario de expectativas a los clientes	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1.Claridad			f		
2.Objetividad			✓		
3.Actualidad			✓		
4.Organización			✓		
5.Suficiencia			✓		
6.Intencionalidad			✓		
7.Consistencia			✓		
8.Coherencia			✓		
9.Metodología			✓		

Cuestionario de percepción a los clientes	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			✓		
2. Objetividad			✓		
3. Actualidad			✓		
4. Organización			✓		
5. Suficiencia			✓		
6. Intencionalidad			✓		
7. Consistencia			✓		
8. Coherencia			✓		
9. Metodología			✓		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 19 días del mes de octubre del dos mil diecinueve.

  
 Mgtr. : INGENIERO AMBIENTAL  
 DNI : 02667267  
 Especialidad : INGENIERO INDUSTRIAL  
 E-mail : nj30peta@gmail.com

2.B

Cuestionario de percepción a los clientes	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			///		
2. Objetividad			///		
3. Actualidad			///		
4. Organización			///		
5. Suficiencia			///		
6. Intencionalidad			///		
7. Consistencia			///		
8. Coherencia			///		
9. Metodología			///		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 19 días del mes de octubre del dos mil diecinueve.

Mgtr. : *Ing. Oliver Cepeda Castañeda*  
DNI : *02345346*  
Especialidad : *Ing. Industrial*  
E-mail : *ocep@hotmai.com*

  
*Ing. Oliver Cepeda Castañeda*  
*DIP: 56206*

2 C.



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Gerardo Sosa Pamb con DNI N° 03591940 Magister  
en DOCENCIA UNIVERSITARIA  
N° ANR: 67114, de profesión INGENIERO INDUSTRIAL  
desempeñándome actualmente como DOCENTE  
en UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario de expectativas elaborada a clientes de la empresa de Transportes pariñas S.R.L Talara.

Cuestionario de percepción elaborada a clientes de la empresa de Transportes pariñas S.R.L Talara.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario de expectativas a los clientes	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

Cuestionario de percepción a los clientes	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 19 días del mes de octubre del dos mil diecinueve.



Mgtr.

DNI

Especialidad:

E-mail

Gerardo Sosa Panta

03591940

INGENIERO INDUSTRIAL

gerardodolra@gmail.com

## Anexo 5. Estadístico

### Fiabilidad del servicio

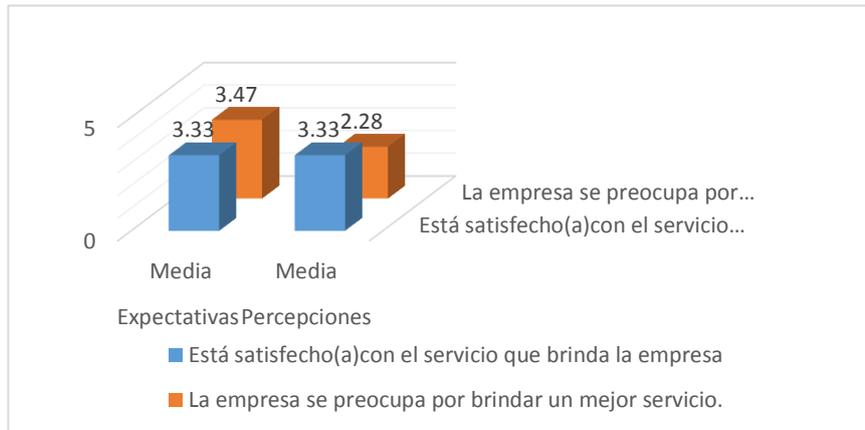


Figura N° 01. Valoración de la fiabilidad del servicio

Fuente: Cuestionario Aplicado a los clientes

En la figura N° 01, se observa un puntaje máximo valor de la media de la expectativa y un menor valor de la media de la percepción, se sumaron las medias de las expectativas y las medias de percepciones obteniendo las medias totales luego se ejecutó la fórmula de calificación Servqual P- E, el cual se obtuvo un resultado negativo. Esto significa que el cliente no se siente muy satisfecho con el servicio que brinda la empresa de transporte Pariñas S.R.L.

### Sensibilidad del servicio

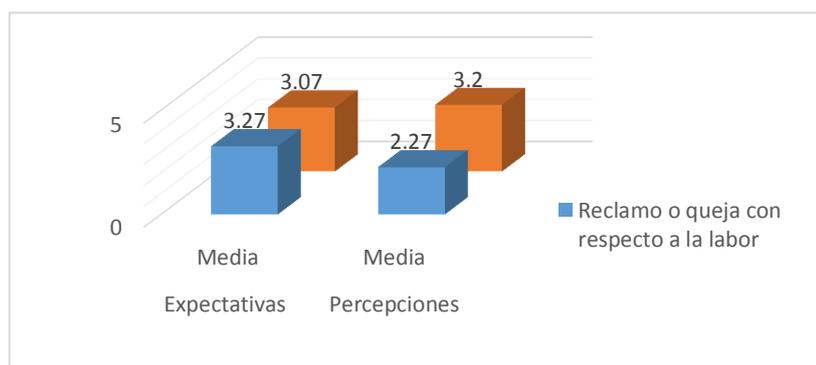


Figura N° 02. Valoración de la sensibilidad del servicio

Fuente: Cuestionario Aplicado a los clientes

En la Figura N° 02, se aprecia, que las expectativas de los clientes son mayores que sus percepciones, se sumaron las medias de las expectativas y las medias de percepciones

obteniendo las medias totales luego se ejecutó la fórmula de calificación Servqual P- E, obteniéndose una calificación negativa de -0.87. Esto significa que el cliente no se siente muy satisfecho con el servicio que brinda la empresa de transporte Pariñas S.R.L.

### Seguridad del servicio

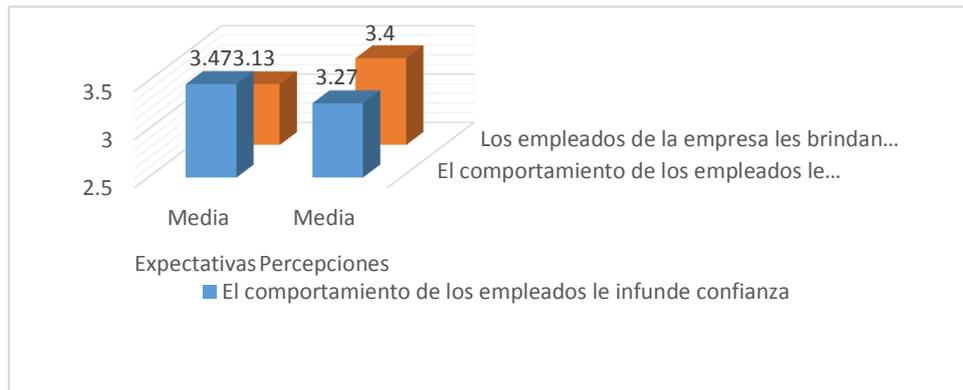


Figura N° 03. Valoración de la seguridad del servicio

Fuente: Cuestionario Aplicado a los clientes

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, en la Figura N° 03 se identificó un puntaje máximo valor de la media de la percepción y un menor valor de la media de la expectativa, se sumaron las medias de las expectativas y las medias de percepciones obteniendo las medias totales luego se efectuó la fórmula de calificación Servqual P- E. Esto significa que el cliente siente que la empresa le brinda seguridad.

### Empatía del servicio

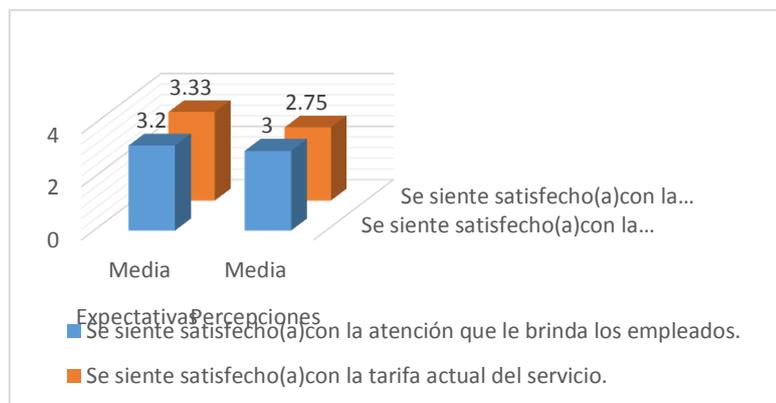


Figura N° 04 Valoración de la empatía del servicio

Fuente: Cuestionario Aplicado a los clientes

De los resultados obtenidos en las encuesta sobre las expectativas y percepciones del cliente, en la Figura N° 04 se puede observar, que en cuanto a la atención y las tarifas, se sumaron las medias de las expectativas y las medias de percepciones obteniendo las medias totales, luego se ejecutó la fórmula de calificación Servqual P- E, los usuarios tienen expectativas mayores que las percepciones, con valores medios el puntaje máximo y puntaje mínimo; por lo tanto, no existe empatía en el servicio, por lo que en la calificación Servqual resultó un valor negativo.

### Elementos Tangibles del servicio

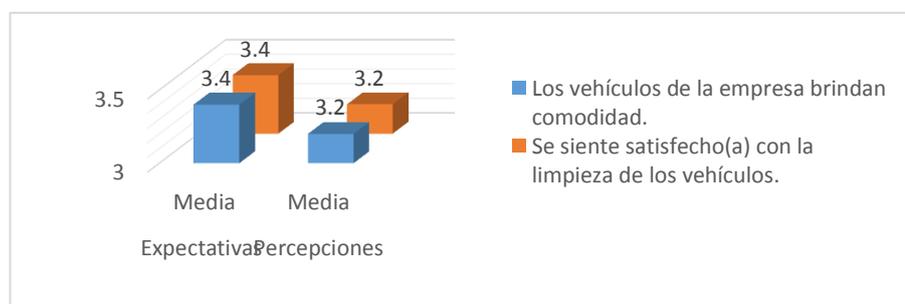


Figura N° 05 Valoración de los elementos tangibles

Fuente: Cuestionario Aplicado a los clientes

En la Figura N° 05 se observan y analizan los resultados obtenidos de las expectativas y percepciones de los clientes con relación a la comodidad y limpieza de los vehículos de la empresa, se sumaron las medias de las expectativas y las medias de percepciones obteniendo las medias totales luego se ejecutó la fórmula de calificación Servqual P- E. Las expectativas de los usuarios son mayores, y las percepciones es menor, por lo que la evaluación Servqual resulta negativa. Esto significa insatisfacción con relación a los elementos tangibles de la empresa.

Ítems	Expectativas		Percepciones	
	Media	DS	Media	DS
Fiabilidad	3.40	0.55	2.80	0.95

Sensibilidad	3.17	0.67	2.74	0.62
Seguridad	3.30	0.61	3.34	0.77
Empatía	3.27	0.50	2.88	0.83
Elementos Tangibles	3.40	0.55	3.20	0.93
<b>Calidad del servicio</b>	<b>3.31</b>	<b>0.58</b>	<b>2.99</b>	<b>0.82</b>

Tabla 01. Valoración de la calidad del servicio de la empresa de transporte Pariñas

S.R.L. según la evaluación Servqual

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

### Análisis e interpretación

La Tabla 08 presenta los resultados de la valoración de la calidad del servicio que brinda la empresa de transporte “Pariñas”. De manera general, se observa que las expectativas de los clientes superan a las percepciones en casi todas las dimensiones, arrojando un puntaje final de 3.31 contra 2.99.

Por lo expuesto, es necesario que la empresa “Pariñas” mejore el servicio de transporte que brinda a los clientes de la ciudad de Talara.

Medición de la calidad del servicio de manera general

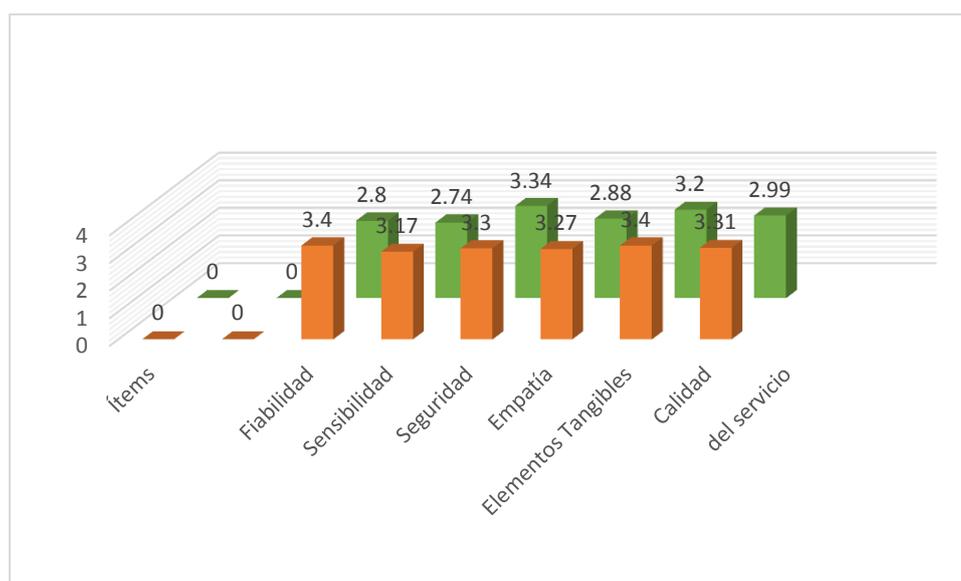


Figura 06. Valoración de las dimensiones de calidad del servicio

Fuente: Cuestionario Aplicado a los clientes

En la Figura N° 06 se observan y los resultados obtenidos de las expectativas y percepciones de los clientes con relación a las dimensiones de la calidad del servicio. Las expectativas de los usuarios son mayores a las percepciones, Esto significa insatisfacción de los clientes con relación a la calidad del servicio de la empresa.

#### Medición de las dimensiones de calidad en base a porcentaje

Ítems	Expectativas		Percepciones	
	N°	%	N°	%
Muy Bajo	0	0.00%	17	10%
Bajo	6	3,33%	23	13,33%
Alto	86	50%	63	36,67%
Muy alto	79	46,67%	68	40%
Total	171	100%	171	100%

Tabla N° 02 Fiabilidad de servicio  
Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

En la figura N° 01, se observa que de las encuestas realizadas a los usuarios el 46,67% (79 personas) es muy alto en la expectativa de los clientes y un menor puntaje de 40% (68 personas) opinan que la percepción de la fiabilidad es muy alto. Esto significa que el cliente no se siente muy satisfecho con el servicio que brinda la empresa de transporte Pariñas S.R.L.

Ítems	Expectativas		Percepciones	
	N°	%	N°	%
Muy Bajo	6	3.33%	34	20%
Bajo	11	6,67%	29	16,67%
Alto	103	60%	57	33,33%
Muy alto	51	30%	30	30%
Total	171	100%	171	100%

Tabla N° 03 Sensibilidad del servicio  
Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

En la Tabla N°03, se observa, que las expectativas de los clientes son mayores que sus percepciones. Esto significa que el cliente no se siente muy satisfecho con el servicio que brinda la empresa de transporte Pariñas S.R.L.

Ítems	Expectativas		Percepciones	
	N°	%	N°	%
Muy Bajo	6	3.33%	29	16.68%
Bajo	0	0%	28	16.66%
Alto	103	60%	28	16.66%
Muy alto	62	36,67%	86	50%
Total	171	100	171	100%

Tabla N°04 Seguridad del servicio  
Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, en la Tabla N° 04 se identificó un porcentaje de máximo valor con opiniones de los clientes muy alto el 50% (86 personas) perciben que los empleados le infunde confianza y seguridad y un menor valor de porcentaje opinan muy alto el 36.67% (62 personas) en sus expectativas. Esto significa que el cliente siente que la empresa le brinda seguridad.

Ítems	Expectativas		Percepciones	
	N°	%	N°	%
Muy Bajo	0	0%	11	6.67%
Bajo	6	3.33%	34	20%
Alto	114	66.67%	92	53.63%
Muy alto	51	30%	34	20%
Total	171		171	100%

Tabla N° 05 Empatía del servicio  
Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

De los resultados obtenidos en la encuesta sobre las expectativas y percepciones del cliente, en la Tabla N°05 se puede observar, que en cuanto a la atención y las tarifas, los usuarios tienen expectativas muy alto con porcentajes mayores que las percepciones; por lo tanto, no existe empatía en el servicio.

Ítems	Expectativas		Percepciones	
		%		%
Muy Bajo	0	0%	11	6.66%
Bajo	6	3.33%	23	13.33%
Alto	91	53.34%	57	33.33%
Muy alto	74	43.33%	80	46.67%
Total	171	100%	171	100%

Tabla N°06 Elementos Tangibles del servicio  
Fuente: Cuestionario aplicado a los cliente

En la Tabla N° 06 se observan y analizan los resultados obtenidos de las expectativas y percepciones de los clientes con relación a la comodidad y limpieza de los vehículos de la empresa. Las expectativas de los usuarios califican alto y muy alto los elementos tangibles sumando los dos porcentajes se obtienen un resultado mayor que las percepciones con porcentajes menores. Esto significa insatisfacción con relación a los elementos tangibles de la empresa.

	Propuesta de implementación de Lean service para mejorar la calidad de servicio en la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L. Talara 2019	Código: PR.16 Edición: 1 Fecha: 03/12/2019
--	--	--

Anexo 6 Propuesta de implementación de Lean Service.

Propuesta de implementación de Lean service para mejorar la calidad de servicio en la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L Talara 2018.		PR.16
		
Edición: 1	Nº Páginas: 16	Fecha: 03/12/2019
<b>REALIZADO:</b> Guillermo Stefan Mogollón Pimentel	<b>REVISADO:</b> Mario Seminario Atarama	<b>APROBADO:</b> Mario Seminario Atarama

	Propuesta de implementación de Lean service para mejorar la calidad de servicio en la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L. Talara 2019	Código: PR.16 Edición: 1 Fecha: 03/12/2019
--	--	--

## ÍNDICE

1.	Empresa de Transporte Pariñas S.R.L .....	03
2.	Problema.....	03
3.	DOP antes de la Propuesta de Implementación de Lean Service.....	04
4.	Método del interrogatorio.....	05
5.	Propuesta de Implementación de Lean Service.....	06
6.	DOP después de la Propuesta de Implementación de Lean Service.....	07
7.	Calculo de costo del servicio.....	08
8.	Costo – Beneficio.....	12

## 1. Empresa de Transporte Pariñas S.R.L

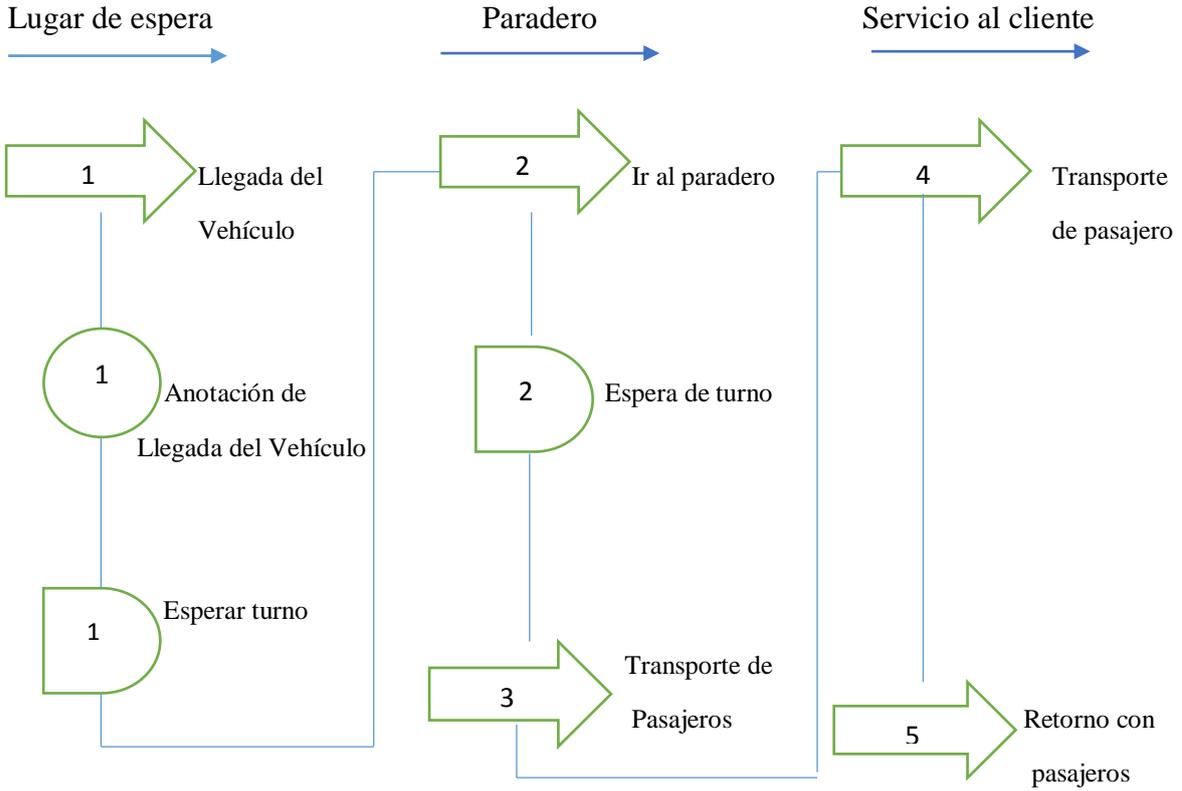
La Empresa de Transporte Pariñas S.R.L. ubicada en Talar Alta (aa.hh. José Abelardo Quiñones) creada hace más de 10 años esta empresa ofrece servicio de auto colectivo cuya ruta es Talara baja (centro, mercado, parada, aproviser, a Talara Alta (ovaló, av. A., 28 de Julio, 7de Junio, 2 de febrero, y paradero 20), el cual está conformado personal Administrativo , Gerente y secretaria , empleados como los conductores de los automóviles, un controlador en el área de espera en donde los conductores mientras van llegando se reportan con el controlador y esperan su turno de salida para luego ir hacia el paradero actual de talara baja el mercado central en donde solo se estacionan 4 vehículos, el llenador cumple con su función de trabajo de avisar a los pasajeros el auto que esta de turno listo para ofrecer el servicio de transporte a Talara alta a los sitios antes mencionados.

## 2. Problema

La empresa no se preocupa por brindar un servicio de calidad. Algunos conductores ofrecen amabilidad a los cliente antes , durante y después del servicio, en la actualidad en Talara Alta, no existen áreas de espera, ni paraderos para los pasajeros, el cual los conductores se ven obligados a regresar a Talara baja encontrando pasajeros durante el recorrido, solo existe un paradero en el mercado central de Talara baja el cual no es la adecuada, casi la mayoría de los autos son modernos, no todos son cómodos y poco son los choferes mantiene limpios sus vehículos, la tarifa actual es de 1.50 nuevos soles, el cual informales y combis invaden la ruta , las quejas y reclamos que en algún momento tienen los clientes sobre los empleados no todas son atendidas por la empresa.

	Propuesta de implementación de Lean service para mejorar la calidad de servicio en la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L. Talara 2019	Código: PR.16 Edición: 1 Fecha: 03/12/2019
--	--	--

### 3. DOP antes de la Propuesta de implementación de Lean service



Resumen	
Operación	1
Demora	2
Transporte	5

Fuente: Elaborado por el responsable de la investigación

	Propuesta de implementación de Lean service para mejorar la calidad de servicio en la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L. Talara 2019	Código: PR.16 Edición: 1 Fecha: 03/12/2019
--	--	--

#### 4. Método del interrogatorio

Para mejorar la calidad de servicio de Transporte Pariñas S.R.L. Talara. Se empleará las siguientes dimensiones de lean service:

El valor: En esta dimensión se tomará en cuenta a la atención al cliente, el cual la atención del conductor no es la adecuada al usuario y los empleados no están totalmente dispuestos con el servicio que requiere el usuario, proponiendo que se brinde capacitación a los conductores y demás empleados sobre el trato adecuado al cliente

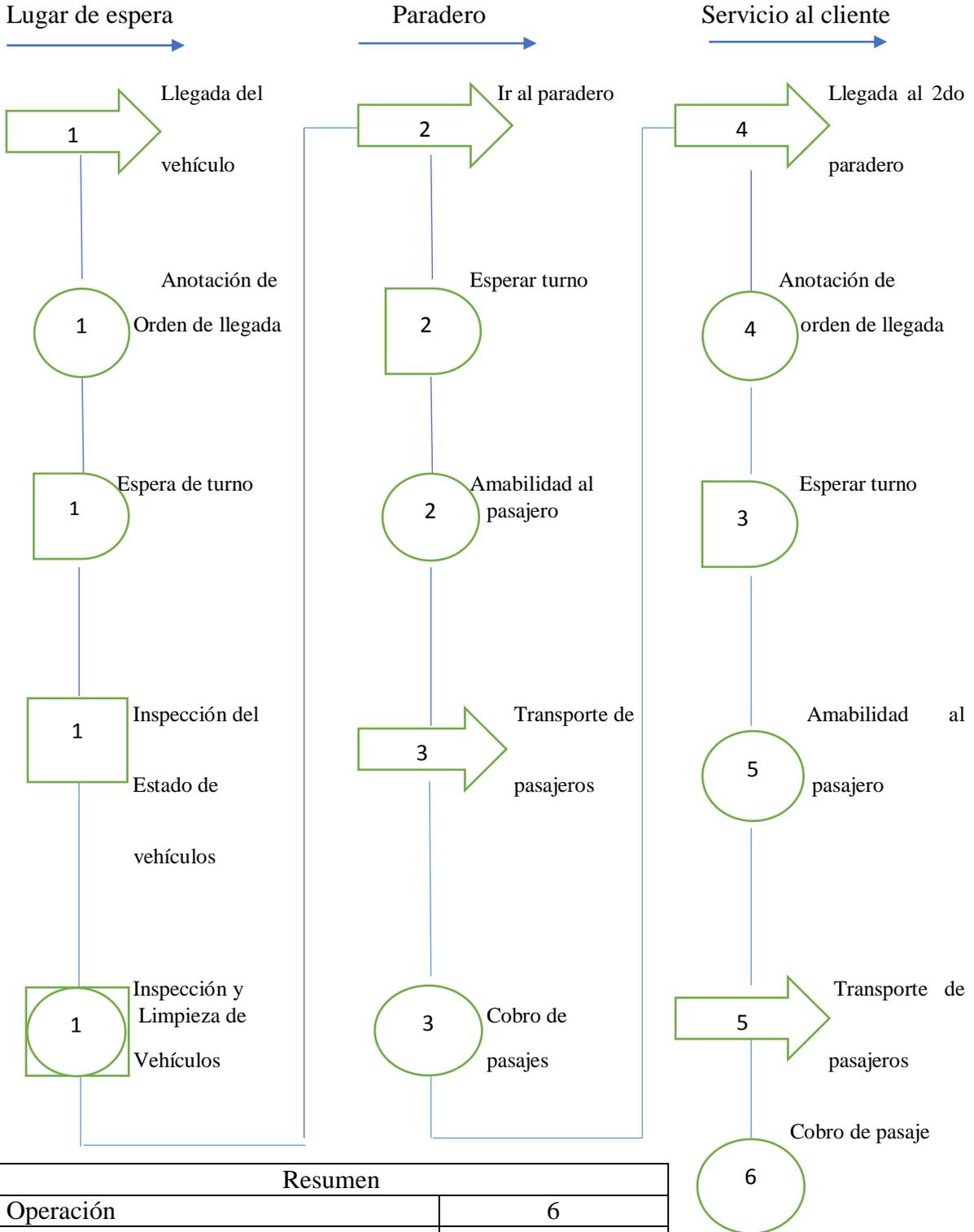
Flujo de valor: Analizar el conjunto del proceso de trabajo que realiza la empresa, para brindar un servicio al cliente de forma rápida y directa, proponiendo diagrama de operaciones del proceso

Flujo de actividades: Analizar las actividades de cada proceso, que permita mejorar la atención al cliente, el estado de los vehículos tanto en la comodidad y limpieza y la tarifa del servicio, proponiendo implementar una rigurosa inspección de los automóviles mediante una lista de control con respecto a la limpieza de los vehículos, además implementar una rigurosa inspección de los automóviles teniendo en cuenta los siguientes puntos, asientos, puertas, pisos, tablero y estructura exterior que estén en buen estado y un mantenimiento preventivo en sistema eléctrico llantas , motor entre otros de los vehículos mediante una lista de control del estado del vehículo y mantenimiento preventivo del vehículo,

Pull: Analizar el estado del paradero y los lugares de esperas, proponer a la municipalidad de Talara de construir nuevos paraderos de espera para los pasajeros.

Mejora continua: Analizar el servicio general que se le brinda al cliente, proponiendo realizar una reunión a todos los empleados y acordar los diferentes problemas que presenta la empresa sobre todo expandir la ruta, para luego utilizar la propuesta de implementación de lean service.

5. DOP después de la propuesta de lean service



Resumen	
Operación	6
Demora	2
Transporte	6
Operación combinada con inspección	1

Fuente: Elaborado por el responsable de la investigación

	Propuesta de implementación de Lean service para mejorar la calidad de servicio en la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L. Talara 2019	Código: PR.16 Edición: 1 Fecha: 03/12/2019
--	--	--

## 6. Propuesta de Implementación de lean service

Mediante la propuesta de implementación de lean service, mencionadas anteriormente se obtendrá lo siguiente:

Valor: Una vez de haber brindado capacitación adecuada a los empleados con respecto a la atención del cliente, el personal dará su mejor esfuerzo para ser amable y cortés con el pasajero ya que el cliente cumple una función importante en la empresa.

Flujo de valor: Una vez que se ha Analizado el conjunto del proceso de trabajo que realiza la empresa, mediante diagrama de operaciones del proceso, esto mejoraría el proceso o mecanismo de trabajo que realiza la empresa de transporte Pariñas S.R.L.

Flujo de actividades: Una vez que se analizado las actividades, los mantenimientos preventivos adecuados a los vehículos, limpieza de los vehículos, y la tarifa de los vehículos mediante una lista de control de limpieza, una lista de inspección de los vehículos, el cliente se sentirá cómodo con el servicio, además los vehículos no sufrirían fallas durante el recorrido pudiendo evitar retrasos o accidentes futuros.

Pull: Una vez analizado el estado del paradero y los lugares de esperas, se evitará el tumulto de los pasajeros en horas puntas por viajar rápido y llegar a su destino.

Mejora continua: Una vez analizado el servicio general que se le brinda la cliente, se realizó una reunión proponiendo expandir la ruta, obtendremos mayor acogida y nuevos clientes, obteniendo mayor ganancia ya que se hará más vueltas con respecto al recorrido, además habrá menos informales ya que se verán obligados a realizar otras rutas.

	Propuesta de implementación de Lean service para mejorar la calidad de servicio en la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L. Talara 2019	Código: PR.16 Edición: 1 Fecha: 03/12/2019
--	--	--

7. Cálculo de costo de servicio:

FECHA	COSTOS DEL SERVICIO		
	Costos del servicio de las unidades $\frac{\text{Costos de las unidades S/}}{\text{Ingreso de las unidades S/}} \times 100$ Índice de los costos		
	Costos de las unidades S/	Ingreso de las unidades S/	Índice de los costos
01/10/2019	1052	1148	91.64
02/10/2019	1185	1295	91.51
03/10/2019	1146	1234	92.86
04/10/2019	1290	1400	92.14
05/10/2019	1302	1400	93
07/10/2019	1258	1350	93.89
08/10/2019	1061	1150	92.26
09/10/2019	1236	1335	92.58
10/10/2019	1195	1300	91.92
11/10/2019	1451	1555	93.31
12/10/2019	1160	1272	91.19
14/10/2019	1148	1257	91.33
15/10/2019	1289	1400	92.07

	Propuesta de implementación de Lean service para mejorar la calidad de servicio en la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L. Talara 2019	Código: PR.16 Edición: 1 Fecha: 03/12/2019
--	--	--

16/10/2019	1117	1224	91.26
17/10/2019	1226	1332	92.04
18/10/2019	1137	1240	91.69
19/10/2019	1120	1228	91.21
21/10/2019	1240	1349	91.92
22/10/2019	1178	1286	91.60
23/10/2019	1232	1339	92.01
24/10/2019	1349	1458	92.52
25/10/2019	1273	1379	92.31
26/10/2019	1100	1200	91.67
28/10/2019	1557	1669	93.30
29/10/2019	1409	1517	92.82
30/10/2019	1562	1660	94.10
31/10/2019	1236	1341	92.17
<b>Promedio</b>	1229	1286	92.30

Tabla N°07: Costo del servicio antes

Fuente: Elaboración propia

	Propuesta de implementación de Lean service para mejorar la calidad de servicio en la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L. Talara 2019	Código: PR.16 Edición: 1 Fecha: 03/12/2019
--	--	--

FECHA	COSTOS DEL SERVICIO		
	Costos del servicio de las unidades $\frac{\text{Costos de las unidades S/}}{\text{Ingreso de las unidades S/}} \times 100$ íngresos de las unidades al día		
	Costos de las unidades S/	Ingreso de las unidades S/	Índice de los costos
01/11/2019	1062	1158	91.70
02/11/2019	1190	1305	91.18
04/11/2019	1156	1254	92.18
05/11/2019	1300	1420	91.54
06/11/2019	1322	1420	93.10
07/11/2019	1278	1370	93.28
08/11/2019	1071	1170	91.54
09/11/2019	1256	1355	92.69
11/11/2019	1208	1326	91.10
12/11/2019	1477	1579	93.54
13/11/2019	1180	1292	91.33
14/11/2019	1158	1277	90.68
15/11/2019	1309	1420	92.18

	Propuesta de implementación de Lean service para mejorar la calidad de servicio en la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L. Talara 2019	Código: PR.16
		Edición: 1
		Fecha: 03/12/2019

16/11/2019	1139	1247	91.33
18/11/2019	1248	1355	92.10
19/11/2019	1159	1265	91.62
20/11/2019	1140	1250	91.20
21/11/2019	1260	1379	91.37
22/11/2019	1199	1306	91.80
23/11/2019	1243	1360	91.39
25/11/2019	1359	1485	91.51
26/11/2019	1283	1400	91.64
27/11/2019	1120	1226	89.17
28/11/2019	1578	1685	93.64
29/11/2019	1419	1540	92.14
30/11/2019	1570	1685	93.17
<b>Promedio</b>	1257	1367	91.85

Tabla N°08: Costo del servicio después

Fuente: Elaboración propia

	Propuesta de implementación de Lean service para mejorar la calidad de servicio en la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L. Talara 2019	Código: PR.16 Edición: 1 Fecha: 03/12/2019
--	--	--

8. Costo – Beneficio:

Actividad	Cantidad	Precio unitario	total
Recolección y análisis de datos	50	S/5.00	S/ 250.00
Realización de limpieza	20	S/5.00	S/ 100.00
Asignación de responsabilidades	1	S/5.00	S/ 5.00
Realización de pautas de calidad	2	S/5.00	S/ 10.00
Realización de estandarización de procesos	20	S/5.00	S/ 100.00
Capacitación trabajadores	2	S/5.00	S/ 25.00
Total de inversión Horas – Hombre			S/ 490.00

Tabla N°09: Inversiones de talento humano

Fuente: Elaboración propia

	Propuesta de implementación de Lean service para mejorar la calidad de servicio en la Empresa de Transporte Pariñas S.R.L. Talara 2019	Código: PR.16 Edición: 1 Fecha: 03/12/2019
--	--	--

Actividad	Cantidad	Precio unitario	Total
<b>Recolección y análisis de datos</b>			
Cronómetro Cassio	1	S/50.00	S/ 50.00
Impresiones	400	S/ 0.40	S/ 160.00
<b>Estabilización de mejoras</b>			
Elementos de botiquín	Varios	Varios	S/ 200.00
Pintado de señalización vehiculares	Varios	Varios	S/ 200.00
letreros	Varios	Varios	S/ 80.00
Impresiones	50	S/ 0.40	S/ 20.00
Total de inversión de materiales			S/ 710.00

Tabla N°10: Inversiones en recursos materiales

Fuente: Elaboración propia

Descripción	Antes	Después	Beneficio Total
Ingresos diarios	S/ 1,286.00	S/ 1,367.00	
Costo diario (%)	S/ 92.30%	91.85%	
Costo diario (s/)	S/ 1,229.00	S/ 1,257.00	
Margen de contribución	S/ 57.00	S/ 110.00	S/ 53.00
Beneficio total diario			S/ 53.00
Beneficio mensual			S/.1,378.00
Inversión realizada			S/ 1,200.00
<b>COSTO - BENEFICIO</b>			1.15

Tabla N°11: Análisis Económicos y Financiero

Fuente: Elaboración propi